
ARTÍCULOS

El *love-beep*: factores emocionales y psicológicos del fenómeno *Tamagotchi*

The *love-beep*: emotional and psychological factors of the *Tamagotchi* phenomenon

Irati Azpeitia Orobengoa

Universidad del País Vasco
aoairati@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0000-7987-4904>

Recibido: 25/06/2024; Aprobado: 4/11/2025; Publicado: 25/02/2026

Cómo citar este artículo / Citation: Azpeitia Orobengoa, Irati. 2025. «El *love-beep*: factores emocionales y psicológicos del fenómeno *Tamagotchi*». *Disparidades. Revista de Antropología* 80(2): e1059. doi: <<https://doi.org/10.3989/dra.2025.1059>>.

RESUMEN: Los *Tamagotchis* y otras mascotas virtuales electrónicas fueron concebidas como simuladores de cuidado y afecto. Su éxito comercial se debe a dos factores principales: la mímica de los ciclos vitales y la creencia de que el juego participa en la construcción de una moral social. Una “*performance* de crianza”, que se vendía como una simulación sin riesgos, resultó en un sentido de responsabilidad real entre sus usuarios más jóvenes y causó un cambio de perspectiva ontológica y epistemológica en relación al yo y a la máquina. Más allá de convertirse en un icono *pop*, las ciber-mascotas artificiales causaron un impacto cultural y personal, distorsionando nuestra visión de prácticas de cuidado, apego afectivo y comunidad. Este artículo propone la disección de estos aspectos psicológicos que trascienden lo lúdico para entender la relevancia del *Tamagotchi* y su correspondiente *comeback*.

PALABRAS CLAVE: *Tamagotchi*; mascotas virtuales; inteligencia artificial; cuidado; juguetes electrónicos; apego; muerte.

ABSTRACT: *Tamagotchis* and other electronic virtual pets were conceived as care and affection simulators. Their commercial success is due to two main factors: the mimicry of life cycles and a belief implying that the game participates in social morality's construction. A parenting performance which was sold as a risk-free simulation, resulted in a sense of real responsibility among its younger users and caused a shift in the ontological and epistemological perspective regarding the self and the machine. Beyond becoming a pop icon, artificial cyber-pets caused a cultural and personal impact, distorting our view of caring practices, affective attachment and community. This article intends to dissect these psychological aspects that transcend the console to understand its relevance and corresponding comeback.

KEYWORDS: *Tamagotchi*; virtual pets; artificial intelligence; care; electronic toys; attachment; death.

Copyright: © 2025 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

INTRODUCCIÓN

El fenómeno *Tamagotchi* tomó lugar en la segunda mitad de la década de los 90. Como cierre del desarrollo de la industria del juguete y referente de la fusión de la tecnología con todos los sectores, se convirtió en un icono cultural para todas las generaciones con las que entró en contacto. Exigieron y captaron la atención de millones de jugadores a nivel internacional con su pequeño formato y gran eco. Tras casi 30 años de su lanzamiento y

habiendo pasado la barrera del milenio, el *Tamagotchi* sigue presente en el imaginario colectivo de la niñez y adolescencia de sus ex-usuarios. Además, sigue reinventándose con nuevos lanzamientos que reformulan su icónico diseño.

El principal objetivo de esta investigación es revisitar el fenómeno *Tamagotchi* para comprender, no sólo el éxito comercial del mismo, sino profundizar en la experiencia de usuario y su impacto en la psique de los jugadores. Para ello, se propone:

- Contextualizar el *Tamagotchi* en su marco temporal, remarcando los aspectos culturales y tecnológicos.
- Explorar la relación que se da entre humanos, mascotas y juguetes para entender la intersección de estas tres identidades reformuladas en el encuentro entre el jugador y el *Tama*.
- Relacionar la jugabilidad del *Tamagotchi* con las dinámicas de afecto que pueden originar de él.

De esta forma, se pretende profundizar en las condiciones humanas –y no llanamente comerciales– que dieron pie al éxito del *Tamagotchi* como icono *pop* y su trascendencia como producto, diseño, juguete y mascota. La hipótesis inicial es que este dispositivo de cuidado simulado ha influido nuestra visión del cuidado –un nivel más íntimo en la interacción humana con la tecnología– disfrazado como un producto para la mejora de aptitudes como el sentido de responsabilidad, la empatía y la crianza: una experiencia digital que “entrena” vivencias reales en el espectro material.

En base a estos objetivos, la investigación se nutre principalmente de la revisión bibliográfica y documental, consultando fuentes contemporáneas y retrospectivas sobre el *Tamagotchi* en sí, el desarrollo tecnológico noventero y la psicología lúdica. La lógica de esta estructura refleja la diversidad de disciplinas que se requieren para efectuar la visita al “*Tama*-fenómeno”: un compendio entre tecnología, mercado, antropología, sociología y psicología. Es decir, se ha emprendido una investigación multidisciplinar, para construir la visión más completa posible.

En resumen, se sigue una aproximación hermenéutica que recoge sectores interrelacionados que inauguran nuevos puentes de significado. El resultado muestra una perspectiva más amplia de lo esperado, por lo tanto, el artículo se convierte en una primera aproximación al objeto de estudio. Para el lector interesado en algún punto en concreto, también se muestran otras vertientes de investigación abiertas.

El punto de partida de este artículo ha sido la reconocida serie de publicaciones de Sherry Turkle, doctora en sociología y especializada en la interacción entre la humanidad y la tecnología. Durante cuatro décadas, Turkle ha investigado los impactos culturales manifestados a causa de la inserción de las máquinas en la cotidianidad profesional y personal de distintos grupos de edad. A medida que esta normalización tecnológica en las experiencias diarias se ha incrementado, el bloque social estudiado ha pasado de personas especializadas en computación (dado que fue la primera gran toma de contacto) hasta niños y adolescentes, cuyo contacto con la tecnología es ya casi inevitable en su desarrollo cognitivo y psicológico.

El trabajo de Anne O’Rourke en referencia directa al *Tamagotchi* ha sido la otra lectura esencial para la concepción de esta investigación. Por una parte, porque es una reflexión contemporánea al fenómeno cultural que supuso este lanzamiento de *Bandai* en su “ola” más grande, su momento de internacionalización. La reflexión carece de perspectiva histórica ante un hecho en proceso, por lo que su interpretación genuina denota un tono de alarma, lo cual ha despertado la curiosidad para arrancar la búsqueda de información para formular el presente artículo. Por otra parte, O’Rourke sigue un método hermenéutico en el que formula un diálogo propio para reinterpretar el contexto que vive; enfoque que resuena con mi línea de investigación.

A estas referentes se les unen enfoques filosóficos, comerciales y artísticos; también marketing y prensa contemporánea. Mediante este paradigma, se enriquecerá la visión cultural del *Tamagotchi* y se proporcionará una primera toma de contacto que justifique su relevancia hasta la actualidad desde la revisita nostálgica.

ECLOSIÓN

Los años noventa se vieron engullidos por un avance tecnológico exponencial y sin precedentes que se instalaba en todos los aspectos de la vida de los *GenX* y los *millennials*. El despliegue de innovaciones que presentaba la expansión de Internet inauguró una nueva etapa histórica: la Era Digital.

Con nuevos medios, afloran nuevas necesidades. Ser dueño del “último *gadget* electrónico” (título cuya renovación era de escasos meses) era sinónimo de ser “moderno”, representante de esta etapa de la humanidad. A diferencia de los títulos nobles o las grandes fortunas familiares, esta etiqueta social era mucho más accesible gracias a la democratización de Internet y el *boom* de infraestructuras y equipos tecnológicos, como ordenadores y teléfonos.

Entre la gran oferta de dispositivos que requería la sociedad moderna, se encontraban aquellos que cubrían una única función (como las agendas electrónicas) y otros que abrían un mundo de posibilidades. El ordenador personal se percibía como el culmen del “todo lo puede” y cada vez ofrecía una versión más portable, en forma de ordenador portátil o fusionado con el teléfono móvil.

A medida que empezábamos a tener Internet y otras experiencias digitales a mano, apareció una nueva corriente lúdica: las mascotas virtuales. Estos seres traían consigo los beneficios de la compañía de una mascota, pero su naturaleza –ni viva ni inanimada– traía la ventaja de la simulación: la práctica de cuidar de una mascota sin las consecuencias físicas ni el peso moral de acabar con una vida.

Un gran icono de esta novedosa industria es el *Tamagotchi*, un juguete electrónico desarrollado por Aki Maita y distribuido por *Bandai* el 23 de noviembre de 1996 en Japón. Un diseño limpio y portable, sumado a la experiencia de entablar una “amistad” original, convirtió al “huevo bonito” en uno de los iconos *pop* de su época y un éxito en ventas, tanto en su país natal como en el resto del mundo.

La “cultura *pop*” o “popular” es, en resumen, un cúmulo de prácticas que es reflejo y a su vez define lo *mainstream* o la cotidianidad común. Es frecuentemente interiorizado como sinónimo de la identidad occidental moderna, consecuencia de la globalización y los canales tecnológicos y digitales (Martel 2011: 410-412). La mayoría de elementos que destacamos con este denominativo es, sobre todo, de los noventa –visto el *boom* económico de Estados Unidos y el consumismo masivo que pudo desencadenar (Andersen 2015)–.

Para que algo sea un ícono, tiene que ser novedoso, impactante y, a su vez, sencillo. Algo que sea fácil de recordar, pero a la vez llamativo, y que no pueda compararse con nada más. Así era el *Tamagotchi*, una carcasa de plástico, una pantalla de 32x16 píxeles y 3 botones para navegar un menú de selección minúsculo.

¿A qué llamamos una mascota digital? A diferencia de los animales robot de la ciencia ficción, las mascotas digitales se concibieron con la misión de entretener al usuario y entablar una relación personal con este. También podríamos resaltar una categorización dentro de este término: las mascotas virtuales son aquellas cuyo imaginario se plasma en un dispositivo preexistente, mientras que las mascotas robot cuentan con un cuerpo que interactúa con el entorno físico. Sea virtual o robot, la mascota digital se basa en un personaje animado que transmite una sensación de realidad o autenticidad, gestos y comportamientos que sugieren autonomía y vitalidad.

Puede que los *Tamagotchi* sean considerados como las mascotas digitales más reconocidas a nivel mundial, pero no las primeras en existir. La serie de videojuegos *Petz*, desarrollado por el estudio *PF Magic*, comenzó su viaje por el mundo de las mascotas web con *Dogz: Your Computer Pet* el 1 de noviembre de 1995. Más tarde, en 26 de marzo de 1996, se introdujo *Catz: Your Computer Pet* al mercado.

Como se puede intuir, la estrategia de mercado de este estudio se centró en definir arquetipos exclusivos de cada animal. El equipo protagonista en la creación de *Dogz* y *Catz*, formado por Adam Frank, Andrew Stern y Ben Resner, resaltó la simplicidad del patrón de comportamiento de los perros y los gatos en cuanto a gestos, lenguaje y habilidades cognitivas, fácilmente traducidas al dibujo y a la animación (Frank, Stern y Resner 1997). Esta fórmula se aplicó repetidamente hasta crear diversas familias animales que se extendieron a 5 entregas y adaptaciones para consolas de *Nintendo* como la *Game Boy Color* o la *Nintendo DS*.

Además de la cercanía de las fechas de estreno de ambas iniciativas, las dos tuvieron un concepto de producto parecido: el cuidado de una mascota virtual. La mayor diferencia entre *Tamagotchi* y *Dogz* reside en el soporte tecnológico, ya que *Dogz* estaba sujeto al sistema operativo *Windows 3.x* y, pocos meses después, *Mac OS*. La idea de una mascota electrónica que pudiese ser introducida en un dispositivo previamente existente fue una táctica comercial pionera que inspiró la creación de un nuevo modelo de industria que acaparó la atención de muchos seguidores. De ahí el surgimiento de *PostPet* (1997), *Doko Demo Issyo* (1999), *Neopets* (1999), *Webkinz* (2005), *Nintendogs* (2005), etc. Más tarde también fueron introducidos como apps para smartphones, como es el caso de *Pou* (2012).

Aunque la estrategia de estos juegos se parece más al de *Petz* —ya que son programas a instalar para poder jugarse en más de un dispositivo y así aumentar su accesibilidad—, *Tamagotchi* sigue conservando el título de la mascota virtual. Su fama se puede asimilar al “fenómeno *Kleenex*”, un suceso de hiponimia comercial (donde el hipónimo se vuelve casi como un sinónimo del hiperónimo). Es decir, cuando alguien pide un *Kleenex*, puede que esté pidiendo un pañuelo de papel cualquiera en vez de esa marca en concreto. De la misma manera, cuando alguien se refiere a un *Tamagotchi* de su infancia, puede estar haciendo referencia a una miniconsola de mascotas virtuales, sea o no la marca original distribuida por *Bandai*.

En este artículo indagaremos los causantes de “la fiebre del *Tamagotchi*” y las razones por las que se convirtió, más allá de un juguete, en una herramienta de simulación que ha modelado la ética del cuidado de las últimas dos generaciones.

EL ESPEJO NEGRO

La tecnología modifica la consciencia de las personas sobre sí mismas, sobre los demás y su relación con el mundo, en la actualidad y en el futuro, desafiando el concepto de tiempo, distancia y mente. Si hablamos de la inteligencia artificial, este argumento adquiere aún más peso, puesto que esta disciplina se basa en la mimesis humana. Es decir, para alimentar la IA, primero se ha de investigar los procesos mentales humanos. A continuación, se muestra un hilo histórico desordenado para trazar un mapa de ideas que alimentan este argumento.

A mediados de los 80, Steve Woolgar (1985) se preguntaba por qué no había un impulso institucional por investigar la “sociología de las máquinas” durante el más tarde conocido como el “invierno de la inteligencia artificial”. La computadora, exponente de la evolución de las máquinas, pasó de caracterizarse por el tipo de trabajo que realizaba, a ser una máquina incorporada a la vida social y al desarrollo personal. Entonces, el científico inglés apuntó que en esta relación, cuanto más se fundía la brecha entre la inteligencia humana y la que estaban adquiriendo las máquinas, lo social dejaba de pertenecer exclusivamente a los humanos y debíamos dejar el orgullo “especie-centrista” para admitirlo (Woolgar 1985: 557, 567).

Desde mediados de los 90 y a partir de los 2000, esta misión sigue pendiente y aflora un nuevo enfoque en su disputa; el orden algorítmico. La crisis de la autenticidad humana se intensificó en vista de que las máquinas empezaron a simular interacciones más personalizadas, adaptándose al *input* recibido. Siguiendo la teoría de Sherry Turkle, se convierte en una máquina metafísica: no sólo es una “máquina psicológica” —en cuanto que posee una psicología— sino que influye sobre el modo en que pensamos la nuestra (Turkle 1984: 21). De ahí que Airoidi (2021: 12-14) sea defensor de desarrollar la “sociología algorítmica” para comprender cómo se introduce el “código” de la cultura en las máquinas y cómo éstas, a cambio, codifican la cultura.

Turkle (1984: 167-168) también señaló la doble dirección del impacto psicológico que nace del encuentro entre el ordenador y la mente humana: mientras que el ordenador es visto como un ser que imita la mente humana, que intentamos “antropomorfizar” o “humanizar”, se genera una concepción mecanicista. El mecanicismo de los siglos XVII y XVIII, cuya filosofía explicaba que cualquier fenómeno de la realidad natural podía ser equiparado a procesos mecánicos, se resistía a ser aplicado al pensamiento humano por su ecuación reduccionista. Pero, al ver la complejidad que podía alcanzar la computación en los 80, los científicos especializados en esta rama empezaron a desarrollar una jerga que entendía la mente como un programa de ordenador —hablar de líneas de pensamiento diseccionadas y organizadas en carpetas, procesos automáticos (respirar, digerir, etc.) que requieren el mínimo esfuerzo del equipo y el uso del almacenamiento (recuerdos, experiencia), etc—.

El resultado de este enfoque es la simulación robótica de la razón, que a medida que iba mostrando cada avance, presentaba un nuevo reto ontológico: el uso de razón ya no parecía exclusivamente humano como definió Aristóteles¹. La esencia humana radica entonces en la emoción, razonamiento que intentábamos escapar durante siglos en la filosofía occidental. Entonces, si los humanos pensamos como máquinas y los robots (imitándonos) son máquinas inteligentes y razonables, ¿los humanos somos máquinas de inteligencia emocional?

1 Las traducciones de los tratados de Aristóteles se han enfrentado a arduos debates cuando se trata de traducir el término *politikón zōion*, que puede ser entendido como “animal cívico”, “animal social” o “animal político”. En esencia se trata de identificar al humano como partícipe de la *polis*, que podría hacer referencia directa a poseer el *logos*, la combinación de la actividad científico-racional y la capacidad del intercambio y la puesta en común de ideas mediante el lenguaje (Aristóteles 1988: 50).

Volviéndonos a situar en el lanzamiento del *Tamagotchi*, la estrecha relación entre el creador y la creación, persona y ordenador, se agravó por la brecha generacional de los 90 que marcaba una diferencia de reacciones ante la introducción a la cotidianidad de los *gadgets* electrónicos. Tras la adaptación de los adultos cuya rutina se había visto alterada por los procesos de automatización, la generación *millennial* creció con la tecnología como parte de su desarrollo.

Integrando la tecnología en la mayor cantidad de aspectos vitales posibles, el eslabón de la Era Digital desarrolló una familiaridad y adaptabilidad tecnológicas que transformaron la manera de interactuar con el mundo, con otros y consigo mismo. Tanto, que nos asusta ver nuestro reflejo ante un dispositivo que se desconecta, nuestra propia imagen plasmada en un espejo negro. Como indicó Michel Foucault (1998: 24) «in the mirror, I see myself there where I am not, in an unreal, virtual space that opens up behind the surface; I am over there, there where I am not, a sort of shadow that gives my own visibility to myself, that enables me to see myself there where I am absent».

La inmersión tecnológica proporciona una sensación de extensión del “yo” que parece morir cuando el dispositivo o el ente que permite dicha sensación deja de proporcionarla, es decir, sucede una pérdida temporal de la presencia subjetiva. Se cierra el puerto por el cual los usuarios negocian y experimentan su propia identidad (Turkle 2011: 151-153). Aplicado al *Tamagotchi* podría entenderse de esta manera: se produce una disrupción de la personalidad desarrollada en el ámbito virtual (como cuidador, acompañante e incluso amigo del *Tama*), para desvelar al usuario real que debe cesar la pausa que ha impuesto en su vida para desempeñar una labor ficticia.

El fenómeno del espejo negro también se traduce a otros nuevos formatos tecnológicos. El metaverso se presenta como el cercano futuro de las conexiones digitales; personales y sociales. Esta tipología inmersiva puede suponer nuevas problemáticas cognitivas en forma de comportamientos y vulnerabilidades, entre los que Carlotta Rigotti y Gianclaudio Malgieri (2023) destacan el agravamiento de exclusión de colectivos marginalizados, el aumento de secretismo en torno al diseño de estas tecnologías y la falta de seguimiento de la legislación real en el campo virtual. La ausencia de ciertos valores éticos en el metaverso podría extremar la diferencia en las experiencias *online* y *offline*, causando la fragmentación de la personalidad.

El *Tamagotchi* podría representar una tipología más en la cadena de “espejos negros” que refleja la dependencia emocional y la confusión dada entre la praxis del cuidado humano una entidad digital programada. En una primera instancia, la conexión entre el juguete y este fenómeno emocional podría resultar incierta; sin embargo, se emprende una disección de su naturaleza –concepto de mascota, virtualidad y la experiencia del usuario– para explicar esta unión hermenéutica.

LA MASCOTA VIRTUAL

¿Qué diferencia a un animal de una mascota?. La diferencia reside en que la mascota es un animal de compañía que ha sido domesticado, esto es, que depende del humano al que hace compañía –o al dueño– para sobrevivir². La distinción y evaluación de seres “otros”, no-humanos, dentro de un sistema de complicidad con el ser humano se remonta hasta las mitologías de las antiguas civilizaciones, fábulas y bestiarios medievales. En resumen, ciertos animales han sido objeto de afecto humano y representados en infinidad de objetos y piezas artísticas; entre ellos, en los juguetes.

La evolución de los animales artificiales se inició con el contacto verbal y visual en programas digitales hasta el encuentro sensorial: el progreso en el campo de la robótica hizo posible que se pudiese recrear la gestualidad y la fisionomía (esquemática) de ciertos animales. Ambas tipologías son herederas de la animatrónica del siglo XIX, con el robot *Elektro* y su perro *Sparko*³ en la Feria Mundial de 1939 en Nueva York, por ejemplo. Esta disciplina tiene por objetivo representar, sustituir o “mejorar” animales naturales (teniéndolos como modelo o no) para que formen parte de los ecosistemas humanos, tanto virtuales como físicos, e interactúen con ellos (Schmauks 2000: 316).

2 Definición formulada mediante las definiciones de “mascota” y “domesticar” de la Real Academia Española.

Mascota: Disponible en: <<https://dle.rae.es/mascota?m=form>>. Fecha de acceso: 30 may. 2024.

Domesticar: Disponible en: <<https://dle.rae.es/domesticar?m=form>>. Fecha de acceso: 30 may. 2024.

3 Vídeo de *Elektro* y *Sparko* en funcionamiento. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=6Hirz-c3vBE>>. Fecha de acceso: 30 may. 2024.

El *Tamagotchi* pretendía elevar la experiencia de la mascota artificial desarrollando un nuevo concepto de animal. Una nueva especie, cuyo hábitat es ciberespacial y extraterrestre, un patrón de comportamiento a descifrar, varias personalidades a coleccionar y un formato portable. Es innegable que aunque apareció en la bien establecida industria del juguete, la reinventó.

Aunque no realizara la mimesis natural de ningún animal preexistente, el juguete despertó la sensación de *uncanny valley* (o “valle inquietante”). En programación y robótica, este término se entiende como un grado de realismo que puede llegar a despertar un sentimiento cognitivo que abruma el sentido de realidad e identidad humana.

Petz tenía por objetivo manifestar el comportamiento de una mascota que sugiriera los estadios de afecto que se traspasan al pasar tiempo e interactuar con un animal de compañía. *Tamagotchi* elevó la experiencia del cuidado al crear un híbrido entre una mascota y un bebé, sin ser ninguno de los dos. Una marca propia de amor que prometía ser el entrenamiento para adquirir la responsabilidad y el compromiso de crianza sin comprometer la vida de ningún ser vivo. Una nueva tipología de relación.

LA TAMA-EXPERIENCIA

Para que la “vida” de la mascota sea creíble, existen dos factores cruzados: la capacidad técnica del equipo de desarrollo (mencionado en la sección anterior) y la experiencia emocional y psicológica que se da en la mente del usuario. Al interactuar con la mascota virtual, el usuario rellenará mentalmente las lagunas de realismo que demuestre el juego, resultando en una experiencia personal e irrepetible. Este fenómeno es conocido como *realidad subjetiva*, descrito por Machiko Kusahara (2001).

Este es el verdadero producto comercial de estos juguetes: el instinto humano de amar y ser amado, de construir relaciones profundas y conexiones únicas. Tendemos a creer que sentir y explorar estos sentimientos es una forma de exaltar nuestra naturaleza, complejizar nuestro propio personaje y abrir nuestro abanico de experiencias.

Como apunta Jean Baudrillard en *El sistema de los objetos* (1996), las mascotas pueden ser categorizadas en un puente entre humanos y objetos, dado que el dueño extiende su personalidad y dota al animal de un aura para auto-contemplarse desde otra perspectiva “externa”. Amamos lo que criamos y el *Tamagotchi* nos hace sentir amados; un ser semi-vivo que refleja el amor que se le proyecta.

«The goal of the Petz is to build an intimate relationship with user. Therefore the pet’s primary motivation is to receive attention and affection. They feed off of this interaction. Without it they become lethargic, depressed, and if ignored long enough, they will run away» (Frank, Stern y Resner 1997).

Cuando leemos citas como estas y las comparamos con el éxito en ventas de ambas empresas, debemos reflexionar sobre nuestra respuesta al marketing emocional. Es fácil que los *Dogz*, *Catz* y *Tamagotchis* se valgan del chantaje emocional dado el deseo de vivir y de controlar el proceso de “mascotización”. Podemos decir que estos animatrónicos digitales crean una necesidad inexistente en el mercado a la vez que la suplen, un monopolio imprevisto de una de las prácticas más antiguas de la humanidad, adaptado a la Era Digital.

Se cree que la crianza y el cuidado del otro ha sido una pieza clave en la evolución humana. Alargamos la vida de la tercera edad e interiorizar el conocimiento de su prolongada experiencia, mientras la inculcamos cuanto antes en aquellos que acaban de empezar a experimentar. También lo aplicamos entre iguales en un sistema cada vez más complejo y aseguramos la supervivencia colectiva. La familiaridad del cuidado es, por ende, otro factor importante para el éxito de los juguetes virtuales.

Escondiendo su verdadero propósito (increpar la vulnerabilidad humana por el contacto) el *Tamagotchi* se publicitó como un “simulacro de empatía”, un entrenamiento para saber cuidar de una mascota (de la misma manera que adoptar una mascota real se entiende como una enseñanza de responsabilidad) sin acarrear con las consecuencias negativas.

Por el contrario, Konstantin A. Ocheretyany (2024) apunta que la utilidad del *Tamagotchi* como herramienta de práctica para aprender a “cuidar” es nula, visto que el juguete simplemente emitía sonidos, sin comunicarse de ninguna manera. El significado de esos pitidos era interpretado como un mensaje (vacío, en esencia) a descifrar por el jugador:

«(The *Tamagotchi*) was meant not just to communicate or enable something but to introduce “noises” —various deviations and distortions into the structures of experience normalized by everyday life, producing hybridity and

spontaneity, claiming an impossible transformation of a stable order. [...] It was not a game and, moreover, not a utilitarian practice. A new model of interaction with technology was designated —as with a living being, with its needs, cycles, stimuli, and possible responses to interaction».

Como lo exclamaron los creadores de *Petz*, las mascotas virtuales se alimentan de atención e interacción. A diferencia de *Petz*, una vez eclosiona el huevo del *Tamagotchi*, el cuidado del mismo no puede pausarse y demanda atención —en forma de pitidos— aleatoriamente las 24h del día⁴.

Cuando un animal virtual se hace con una extensión material, las fronteras entre el ciberespacio y el mundo físico se difuminan. Cory Kidd (2003) también apoya esta teoría en la construcción del “parentesco” robótico: «The connection or ‘kinship’ intensifies when we move from virtual to embodied robotic». Es decir, la suma de la perspectiva de estos dos expertos apunta que gracias a su diseño y accesorios portables, el juego no se limita a una actividad lúdica, sino que asciende hasta las esferas del ocio y la familia.

Con la magnitud de tiempo que acapara el *Tamagotchi*, no es de extrañar que se volviese un fenómeno cultural; también un agente intruso en algunos espacios. Esta misma razón ocasionó que en apenas casi un año después de su lanzamiento, Ricardo Gloria, el secretario de educación del gobierno de Filipinas, estuvo considerando el proponer la prohibición del *Tamagotchi* en recintos escolares, siguiendo el ejemplo de Hong Kong y Tailandia (AP Newsroom 1997).

Existe una alerta científica que indica que el *Tamagotchi* y otros juguetes electrónicos fueron un exponente dentro del cambio de consumo de contenido que ocasionó la reducción en la capacidad de concentración de las últimas dos generaciones. Mediante los pitidos intermitentes en busca de atención e interacción, la cantidad de tiempo que se invierte en los dispositivos electrónicos y las veces que se acude a ellos diariamente aumentó en los 90 y estalló con la implantación de los *smartphones*. Combatiendo esta extendida creencia, la rama de psicología que estudia la atención humana apunta que el aumento de tareas a realizar divide la concentración y la aceleración medial, en cuanto al soporte y su contenido, disminuyendo nuestro interés por lo lento y monótono (Subramanian 2018).

El *Tamagotchi* podría constar como un reflejo más de este fenómeno del caos de estímulos que supuso la inauguración de la Era Digital, de una manera original. Distorsiona el tiempo en dos nociones temporales: al representar un ciclo vital al completo en 89 días o menos y creando la necesidad de invertir más tiempo en prestarle atención e irrumpir las funciones diarias. Combinado con su portabilidad, el huevo electrónico instiga la adicción a cambio de afecto y una conciencia tranquila.

En una burbuja que (en vez de ser inmersiva) cuela micromomentos en tu mundo, la relación que florece entre un *Tamagotchi* y su jugador es más compleja de lo que parece. El “cuidador” es cargado con la misión de cuidar de un alien a forma de “pariente adoptivo”, puesto que la meta es que crezca hasta que pueda volver a su planeta natal. El dispositivo en sí es un nido temporal. La noción de “extraterrestre” del *Tamagotchi* puede deberse a que se quiera aligerar la carga emocional de parentesco, sin embargo, este crecerá de una manera u otra según el “cuidado” que se ejerza. Por no mencionar que el cuidado ininterrumpido es de vida o muerte, literalmente.

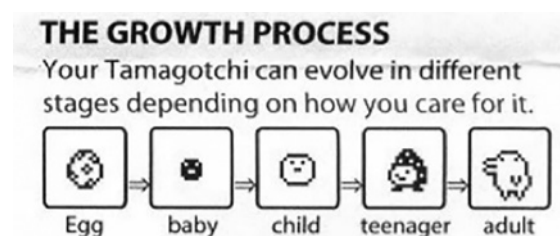


FIGURA 1.- Gráfica de personajes que se pueden desbloquear en la primera generación de *Tamagotchis*.

Fuente: *Tamagotchi Fandom Wiki* (licencia de uso CC-BY-SA).

4 Cabe destacar que el modelo *Tamagotchi Connection V1* introducido al mercado a nivel mundial en 2004, inaugura la opción de pausar el juego. Para ilustrar el concepto de mercado asociado a este aspecto, se puede ver una campaña publicitaria que resalta este aspecto del juego. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=YueDmq-w9X8&t=29s>>. Fecha de acceso: 28 sep. 2024.

La sensación afectiva que se da al interactuar con un simulador de experiencias psico-sociales está directamente relacionada con el entramado de poder que se genera entre tres agentes: el diseñador de interfaz, el ente virtual y el usuario. El éxito de un programa cuyo objetivo es crear un vínculo emocional con el cliente es la semejanza humana —que puede o no apuntar a la semejanza física— construida a partir de elementos familiares y patrones de comportamiento humanos, que pueden extrapolarse hasta la aplicación de roles de género (Depounti, Saukko y Natale 2022).

En el *Tamagotchi* sería la semejanza a un bebé, cuya “pretensión de lo mono” (cuteness as a performance) se centra en el *input* y respuesta automática para instaurar su propio comportamiento como normativo, minimizando el espacio de la sospecha (Gn 2017: 189). En vez de actuar como una alteridad humana o invitar a la identificación, son *cyborgs* que incitan relaciones imaginarias de «ownership, caregiving, and petdom» (Allison 2006: 167).

A continuación me centraré en dos agentes y sus “cartas” de poder: El *Tama* y el *Tama-fan*. Por un lado el jugador tiene autoridad sobre el destino de la criatura que se cargue al iniciar la partida —si sobrevivirá hasta el final, si morirá y cómo moldeará su personalidad y aspecto—. Combinado con una carencia de afecto, el *Tamagotchi* adquiere una versión más intensa del cáliz amoroso que advirtió Sherry Turkle (1984: 302-303) ante el *boom* de las computadoras personales y sus primeros usuarios en la década de los 80:

«En el terror de quedarnos solos, y sin embargo con temor a la intimidad, experimentamos difundidos sentimientos de vacío, de desconexión, de la irrealidad del yo. Y aquí, la computadora, una compañera sin reclamos emocionales, ofrece una solución de compromiso. Es posible ser un solitario, pero no estar jamás sólo. Se puede interactuar, pero sin necesidad de sentirse jamás vulnerable frente a otra persona [...] En lugar de la búsqueda de una persona idealizada, existe ahora la máquina íntima».

Por otro lado, el *Tamagotchi* tiene el poder de irrumpir el día del jugador y exigir la crianza supervisada de su continuo crecimiento. Y lo consigue performando la vulnerabilidad pretendiendo despertar su empatía. Joel Gn (2017: 187) opina que la estrategia afectiva en el mercado de los juguetes es una explotación mutua: «Cute machines, therefore, represent an industrialization of our attachments, in which what we are exploited are not material objects per se, but our affections for a lovable other».

En el caso de los usuarios más jóvenes —siendo estos el mayor *target* comercial del producto— el cuidador está ejerciendo la crianza mientras es criado. Si su interpretación de lo que es el cuidado “correcto” se ve influenciado por su experiencia de ser madre/padre adoptiva/o de una mascota virtual tan exigente como el *Tamagotchi*, podría interiorizar patrones donde exija y satisfaga atención de forma repetitiva e imprevista. Además, la compresión de toda la experiencia en un marco de 89 días o inferior, resulta en la intensidad de la relación hacia la criatura. Volviendo a la teoría de la disminución de la capacidad de atención, esta descripción del juguete a manos de O’Rourke puede aplicarse al consumo de muchísimos productos contemporáneos.

«Desire, purchase, initial excitement, addiction and emotional attachment, then annoyance and finally detachment [...] You cannot simply turn it off. In order to end the game you have to ‘kill’ the *Tamagotchi* by neglect, or by bringing out of balance the various inputs at your disposal» (O’Rourke 1998: 8-9).

La teoría que podríamos formar con todo lo mencionado sobre la naturaleza y la dinámica de “cuidado” del *Tamagotchi* es que al no haber una experiencia vital real, sino respuestas pautadas o experimentales a reacciones, el objetivo real del juego es la interiorización de un set de reglas para desbloquear ciertas evoluciones, no la experiencia de crianza empática. Este entendimiento del cuidado podría favorecer tendencias de apego ansioso y ambivalente, en cuanto que podría emular altos niveles de ansiedad y preocupación por la disponibilidad y el amor que ejerce y recibe. Puesto de una forma más literaria y mecanicista, podríamos “recrear los pitidos” como una búsqueda de atención mediante *inputs* exagerados en busca de una reacción. Nos convertimos en el *Tamagotchi* que pone a prueba a su cuidador.

Este argumento puede resultar similar al debate sobre si los videojuegos de combate incitan la violencia. Sin embargo, apuntar a la transmisión directa de la filosofía del juego al jugador es una perspectiva equívoca: lo que experimenta una persona que se involucra en dinámicas agresivas y/o violentas en un juego simula un comportamiento mediante una distancia narrativa, no lo ejerce. El foco de la preocupación ha de fijarse, más que en el comportamiento que puedan adoptar los consumidores, en la exposición a escenas fuertes que despiertan la adrenalina. El consumo de escenas e historias más fuertes que la vida real siembra la sensación de vivencias extremas, que, al comparar con sucesos reales, hacen parecer que las desgracias cotidianas “no son para tanto”.

Este fenómeno es conocido como la insensibilización, también aplicable a la ingesta masiva de picante o la exposición continua a noticias trágicas. Susan Sontag (2003: 83-90) describe el proceso de acostumbramiento a imágenes y sucesos como el resultado de la masificación visual. Según la filósofa un tema adquiere cada vez más importancia a medida que se desvelan imágenes de la misma –lo que se muestra en una fotografía se vuelve un hecho real–, pero a partir de la exposición reiterada, el espectador la empieza a identificar como un objeto puramente visual –pierde el peso de lo real– y neutraliza la posibilidad de empatía.

Ser sujeto a una continua exposición a lo “extremo” hace que el punto de gravedad necesario para que un objeto o acontecimiento despierte la alarma de supervivencia se aleje cada vez más. Un estudio (Lang *et al.* 2013) que compara el *shock* sentido por jugadores *amateurs* y experimentados revela que a medida que interactúan en más escenas de combate, éstas son las que al principio despiertan su mayor atención e inmersión. Sin embargo, una vez desinhibidos y habiendo interiorizado la mecánica del juego, los combates que no requieren un nivel de dificultad superior se sienten transaccionales y engorrosos.

Schmauks (2000: 322) en su estudio mascotas robóticas y virtuales concluyó que aquellos juguetes que ofrecían la posibilidad de descuidar, maltratar y matar a las criaturas adoptadas carecía en la mayoría de casos de la dramatización o consecuencia necesaria para transmitir la enseñanza de la fragilidad vital. Cuando se dota de complejidad a los animales artificiales, surge el planteamiento ético sobre el trato que deberían recibir, y qué límites podrían aceptarse al diferenciar la interacción con animales vivos y artificiales (teniendo en cuenta su posible traducción en un futuro).

LA MUERTE DEL TAMAGOTCHI

El encuentro descrito entre el usuario y la mascota artificial es, en esencia, una relación unilateral que en la mente del jugador se rellena y se transforma en una narrativa dual. Por ello, la muerte del *Tamagotchi* implica la interrupción (planificada o no) de la historia del jugador, de la misma forma en que en la escritura el autor ha de guardar luto ante la muerte de un personaje. En ambos casos, la personalidad ficticia es una extensión del ego del usuario, es decir, se vive el dolor de una matanza protagonizada.

Curiosamente, la muerte del *Tamagotchi* parece enriquecer la noción de “autenticidad” que el jugador implanta en el personaje con el que ha “vivido” durante escasas horas/días. Si quisiera seguir jugando con el dispositivo, este se puede reiniciar para que vuelva a aparecer la eclosión de un huevo; las oportunidades de perfeccionar la crianza son infinitas. El dilema reside en si es el mismo u otro huevo. La muerte de la partida se puede arreglar, sin embargo, el *Tama* nunca será el mismo.

Como ya hemos mencionado, es el mal cuidado lo que provoca la muerte del *Tamagotchi*. Tengamos en cuenta que este mal cuidado puede deberse a varios factores. Por una parte, existe la posibilidad de que se degrade la condición interna del dispositivo o que sea descartado en el mercado por falla de ventas y/o la desviación de interés a impulsar otro producto. Este fenómeno, conocido como obsolescencia tecnológica, es, más allá de problema técnico o de degradación física, una narrativa socioeconómica. En él, el mercado es el que programa la sustitución rotunda de un producto para ser reemplazado por otro considerado más eficiente (Llamas Pacheco 2014). Esto es, «nacido para morir, cada soporte digital concebido como novedad cuenta con fecha de caducidad» (Azpeitia Orobengoa 2023: 62).

Por otra parte, la causa de muerte más extendida se debe a una combinación entre lo interno y lo externo, el producto y su experiencia de consumo. Por ejemplo, el cese puede deberse al desconocimiento del funcionamiento del juego (sobre todo en la primera partida). Sin embargo, las principales razones del cese de vida de los *Tamagotchi* suelen ser externas, entre ellas, la desatención, el aburrimiento o la indiferencia. Si el afecto hacia el *Tama* muere, es mejor matarlo para darle paz –la ausencia de sentimiento o respuesta a sus gritos hace florecer la pena, una última empatía, por la mascota–. Sumado a la desesperación, culpa o rabia de dar fin a la partida imparables, antiguos “*tama*-usuarios” describen los “asesinatos” que practicaron a conciencia.

«Once the program had been figured out, the challenge of everyday care was eventually just too everyday. The initial shine of the virtual (in its proximity to the real) is dulled by its repetitious nature, much the same way as children (and adults) tire of pets once they are no longer young, cute and novel. [...] They (los jugadores) were much more interested in describing how they had gotten rid of the immaterial *Tamagotchi* through various methods of starvation, burying under pillows and turning the sound down so that they would ‘not have to hear them die’» (O’Rourke 1998: 10).

En cuanto a la estética del perecimiento⁵, es curioso ver que en la versión japonesa la muerte de la mascota era indicada con una pantalla donde aparecía una lápida con una cruz y su fantasma –*Obaketchi*– rondando alrededor e incluso llorando. Algunas versiones, como la americana, tuvieron que ser cambiadas al de un huevo angelical con alas. Así, en el imaginario del *Tamaland*, nació el concepto del “cielo para *Tamagotchis*” –*cyberheaven*–, enriqueciendo su mitología e inspiró la serie de juguetes *Tamagotchi Angel* en el verano de 1997. En este modelo, el *Angeltotchi* que murió vuelve para agradecer su corta vida en la tierra a los jugadores. Durante su estadía será cuidado para fortalecer sus poderes como ángel, si no, se volverá un demonio (*Deviltchi*), como se puede ver en el *anime*⁶.



FIGURA 2.- Distintas representaciones de muerte en la versión japonesa (*Obaketchi*), y dos versiones estadounidenses.

Fuente: *Tamagotchi Fandom Wiki* (licencia de uso CC-BY-SA).



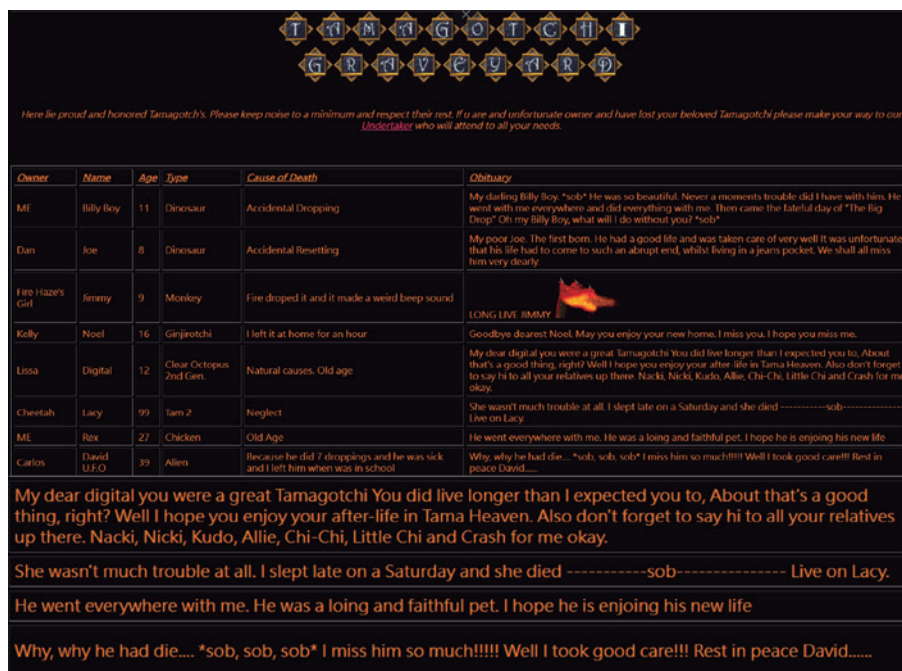
FIGURA 3.- Tercer capítulo de la serie de animación de *Tamagotchi*, *The first death*, distribuida en la televisión nacional japonesa.

Fuente: captura de pantalla de *YouTube*.

Al antropomorfizar la mascota virtual, la experiencia que vive el dueño o jugador cuando fallece se tiñe de rituales de la cultura de la muerte humana. El duelo de haber perdido a un ser querido y el homenaje son la consecuencia del intenso apego que puede sentir el usuario hacia la narrativa autoinfundada. Como muestra, reúno tres ejemplos del duelo al *Tamagotchi* muerto. Primero, *TamaTalk's Memorial*: una afamada sección del foro de jugadores de *Tamagotchi*, *TamaTalk*. En ella podemos apreciar una estética muy ligada al foro de debate que puede resultar fría para el duelo; mas la conexión que se hace es afectuosa, en tanto que tiene sentido que el lamento a una criatura ciberespacial se comunique mediante su medio natural.

5 Para visualizar secuencias de muertes en diversas entregas del juego, existe una playlist en *Youtube*. Disponible en: <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLhBbc1qp8-7JQT-w0YpHFFuahNSZDV8A0>>. Fecha de acceso: 18 oct. 2024.

6 En el *anime* sobre los *Tamagotchis* se ilustra este ciclo a la vez que se hace publicidad de *Tamagotchi Angel*. Capítulo disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=CyjrH7jIBBQ&ab_channel=JoshuaRipleyAnother>. Fecha de acceso: 6 jun. 2024.



Owner	Name	Age	Type	Cause of Death	Obituary
ME	Billy Boy	11	Dinosaur	Accidental Dropping	My darling Billy Boy *sob* He was so beautiful. Never a moments trouble did I have with him. He went with me everywhere and did everything with me. Then came the fateful day of "The Big Drop" Oh my Billy Boy, what will I do without you? *sob*
Dan	Joe	8	Dinosaur	Accidental Resetting	My poor Joe. The first born. He had a good life and was taken care of very well it was unfortunate that his life had to come to such an abrupt end, whilst living in a jeans pocket. We shall all miss him very dearly.
FRO HAZEN Girl	Jimmy	9	Monkey	Fire dropped it and it made a weird beep sound	LONG LIVE JIMMY 
Kelly	Noel	16	Girijotchi	I left it at home for an hour	Goodbye dearest Noel. May you enjoy your new home. I miss you. I hope you miss me.
Lisa	Digital	12	Clear Octopus 2nd Gen.	Natural causes. Old age	My dear digital you were a great Tamagotchi You did live longer than I expected you to. About that's a good thing, right? Well I hope you enjoy your after life in Tama Heaven. Also don't forget to say hi to all your relatives up there. Nacki, Nicki, Kudo, Allie, Chi-Chi, Little Chi and Crash for me okay.
Cheetah	Lacy	99	Tam 2	Neglect	She wasn't much trouble at all. I slept late on a Saturday and she died -----sob----- Live on Lacy.
ME	Rex	27	Chicken	Old Age	He went everywhere with me. He was a loing and faithful pet. I hope he is enjoying his new life
Carlos	David U.F.O	39	Alien	Because he did 7 droppings and he was sick and I left him when was in school	Why, why he had die.... *sob, sob, sob* I miss him so much!!!!!! Well I took good care!!!! Rest in peace David.....

My dear digital you were a great Tamagotchi You did live longer than I expected you to, About that's a good thing, right? Well I hope you enjoy your after-life in Tama Heaven. Also don't forget to say hi to all your relatives up there. Nacki, Nicki, Kudo, Allie, Chi-Chi, Little Chi and Crash for me okay.

She wasn't much trouble at all. I slept late on a Saturday and she died -----sob----- Live on Lacy.

He went everywhere with me. He was a loing and faithful pet. I hope he is enjoying his new life

Why, why he had die.... *sob, sob, sob* I miss him so much!!!!!! Well I took good care!!!! Rest in peace David.....

FIGURA 4.- *Tamagotchi Graveyard*.
Fuente: captura de pantalla de la web *Tamagotchi Graveyard*.

El segundo caso serían las webs dedicadas a esta función cuyo diseño adopta una simbología mortuoria humana. Así es uno de los “cementérios web” más grandes, *Tamagotchi Graveyard* de *Tamagotchi Dreamworld*. Mediante un formulario web que modera el “director de la funeraria” (*undertaker*) se rellenan los mismos datos —dueño, nombre, edad en días, tipo, causa de muerte y obituario— que se graban en una lápida que será publicada en un espacio sombrío tras una verja de metal forjado (contenido en el título de la web). Incluso se pide silencio en la sala para no perturbar el “descanso” de los muertos.

Este sentimiento de duelo colectivo de las “víctimas” —y causantes— de la muerte de la cibermascota traspasó la pantalla; de ahí obras como la instalación tecnológica de la artista e ingeniera Alex Olivier Reiter (2013), donde figuran lápidas con fantasmas *Tamagotchi* en movimiento, haciendo referencia a la pantalla final.

El tercer ejemplo es el reflejo de la antropomorfización extrema. En 1996 un cementerio dedicado a mascotas en Ponts Mill (Cornwall, Inglaterra) diversificó su oferta para ofrecer una parte de su terreno a mascotas virtuales (Cable News Network 1997). Este método de despedida valora, no sólo el alma del *Tama*, sino también el valor material de la consola en sí como inseparable del fantasma. Puede que, de la misma forma que la conservación del cuerpo es esencial para la Resurrección Cristiana. De esa misma forma, el “cadáver”, el juguete, es depositado en un ataúd de madera y sepultado con un discurso de homenaje junto a una lápida.



FIGURA 5.- Proceso de sepultura en el cementerio para mascotas de Ponts Mill.
Fuente: captura de pantalla del reportaje “UK: Funerals held for dead *Tamagotchi* cyberpets” en la CNN (consultar bibliografía).

Sea cual sea el ritual de despedida escogido, para los jugadores más jóvenes son formas de cerrar una etapa vital al desprenderse de un elemento de su crianza. El *Tamagotchi*, aparte de simular la necesidad de ser cuidado o la empatía, también puede ser un espacio seguro donde vivir la pérdida y desarrollar habilidades emocionales para lidiar con futuras muertes en su entorno.

EL COMEBACK DEL FANTASMA

Podríamos asociar esta urgencia de volver a los 90-2000 con la filosofía *hauntology* (o hauntología, que podríamos traducir como “ontología de la guarida”), que hace eco de la persistencia de elementos culturales del pasado, que nos “persigue” como un fantasma (de ahí el enlace con la terminología referente al esoterismo). Este término fue originalmente acuñado por Jacques Derrida en *Espectros de Marx* (1994) y más tarde recuperado por el teórico Mark Fisher (2017), quien le dota del significado que comprendemos hoy como corazón de este hilo de pensamiento.

Por un lado, el poeta francés apuntaba a entes y sucesos históricos que, aún ausentes, siguen proyectando una influencia activa en la cultura, «seems to remain as ineffective, virtual, insubstantial as a simulacrum» (Derrida 1994: 11). Fisher, por otro, aplica la hauntología en un sentido más amplio y especialmente en el ámbito musical, para propuestas *new media* que, tras una cubierta y recursos futuristas, evocan preocupaciones atemporales (2017: 20-26).

Ante el crecimiento masivo de medios tecnológicos y de tramas impulsadas por el mismo, no es de extrañar que la hauntología pueda aplicarse a infinidad de testigos del marco de la cultura contemporánea –entendiendo este paréntesis desde mediados de los 90 hasta hoy–. Cada vez inauguramos más reimaginaciones de posibles futuros que resuenan alto, pero de manera fugaz. El proceso de obtención de la perspectiva histórica mínima que se necesita para ser desencadenada en nostalgia es cada vez más rápido.

El *Tamagotchi* fue tanto una herramienta para la crianza como un juguete, dos tipologías etnográficas (en cuanto a que podemos analizarlas por su participación directa en la cotidianidad). En ese sentido, responde a objetivos atemporales (retener la atención de un infante, transmitir valores de crianza, advertir del resultado de llevar malos hábitos, entre otros) con una nueva fórmula adaptada a la Era Digital. Otro intento por cumplir promesas insatisfechas del pasado, que siguen sin respuesta. Por lo tanto, el *Tama* es un símbolo que nos “atormenta” y nos invita a revisitar su contexto para revivir un posible futuro, cuya oportunidad de acción perdió.

El 5 de noviembre de 2017, *Bandai America* lanzó una copia del *Tamagotchi* original para celebrar su vigésimo aniversario. Julia Alexander (2017) explica su experiencia del cuarto día como usuaria *beta* del nuevo-viejo *Tama* y no puede evitar comparar su antigua mascota (Suzie) con su reimaginación (Egg): «I was frustrated with the responsibility that had been bestowed upon me, even if I was head-over-heels with Egg just a couple of days prior. Flashbacks of my reckless abandonment toward Suzie flooded my mind and, deep down, I knew where my tenuous relationship with Egg was heading».



FIGURA 6.- Rediseño del *Tamagotchi* original para celebrar el 20 aniversario.
Fuente: *Free Malaysia Today* (licencia de uso CC-BY 4.0).

En los años veinte del siglo XXI, la principal razón de éxito que pudo tener este lanzamiento se debe precisamente a la nostalgia. En un mercado lúdico-digital lleno de apps para dispositivos móviles, el *Tamagotchi* de 2017 es un intento por lucrarse del recuerdo de la infancia de millones de usuarios noventeros. Es decir, ha pasado de tener un diseño conveniente (por su portabilidad) a ser un aparato inconveniente (es un objeto más a portar e irrumpe la organización del tiempo/contenido a la carta). Su valor real reside en su peso simbólico ligado a la niñez de los 90 y su título como icono *pop*, de ahí que se haya convertido para muchos en un artículo coleccionable y hasta de moda.

La nostalgia sentida por el *Tamagotchi* contiene una mezcla de recuerdos agriados. Como mencionaba en el apartado *La muerte del Tamagotchi*, muchos usuarios describen la manera en la que dejaron sus *Tamas* morir, practicando el desinterés o “exiliándolos” en el fondo de algún cajón hasta que dejaran de pitar. De ahí el “*flashback* de abandono irresponsable” que describe Alexander. Por no mencionar los “asesinatos” ejecutados a raíz de la “empatía” —la misión era hacer que el sufrimiento fuese lo más corto posible.

Ya fuese por desinterés o un ejercicio compulsivo por darlo de comer hasta que falleciese (experiencia personal), el *Tama* acababa por morir en la mayoría de casos y el cúmulo de historias de éxito (vital, de salud, de felicidad, de crianza “ideal”, etc.) era mínimo. A día de hoy los antiguos usuarios fieles del juguete siguen recordando la corta o larga vida de sus mascotas, ya sea en cementerios creados expresamente para ello o en grupo. A modo de cierre y como incentivo al debate, se incluyen estas entradas publicadas en *Reddit* entre 2019 y 2024:

- «The original and its remake gets to me. That drawn out animation of the poor tama dying with that beeping slowing into a flatline, and you can't even skip it!»⁷.
- «After a couple days of doing this, I noticed that you could see 'stats' of your little guy, and mine was horribly overweight. Like at least 20x more than anyone else's. Felt awful»⁸.
- Un usuario contesta a otro que intenta buscar una razón externa para la muerte de su *Tama* «Denial is the first phase of grieving» a lo que el creador del hilo contesta «ur so right (emoticono llorando) it's my first tama since i was a child and i'm too upset over it lmao»⁹.

CONCLUSIÓN

El análisis presentado sobre el fenómeno *Tamagotchi*, junto al recorrido histórico de la relación humano-máquina (inteligencia artificial, animatrónica) y la autopercepción, revela la estrecha intersección entre lo lúdico/electrónico y lo psicológico. Sobre todo con las experiencias personales recogidas, se demuestra que la simulación de prácticas de cuidado trasciende el entretenimiento para moldear las habilidades y expectativas afectivas.

Infinito y efímero: el *Tamagotchi* que moldea al jugador mediante una crianza específica y una personalidad imaginaria tiene el poder de obligar a su cuidador a que se haga cargo de un *Tama* tras otro, no obstante es extremadamente vulnerable a un soporte físico y al fugaz interés/afecto del consumidor. La relación entre ambos y la valía de su vida depende de la riqueza de su mitología, alimentada por el jugador y las nuevas entregas de *Bandai*.

La permanencia de esta experiencia ante lo virtual ha cruzado distintos formatos que intentan cubrir el mismo objetivo, por lo que no es de extrañar que pasen de juegos a objetos nostálgicos. Es por ello que los productos que pretenden revitalizar estos recuerdos en la contemporaneidad funcionen; responden a la búsqueda del usuario por la interacción afectiva (enfaticada por el recuerdo infantil). Esa es la causa de la permanencia del *Tamagotchi* como símbolo de apego y responsabilidad, y más tarde, icono *pop*. Juguete, objeto de colección y accesorio de moda: aunque la ansiedad y la muerte del fenómeno *Tamagotchi* cesaron, sigue siendo un tesoro emocional de los 90.

7 Reddit. 2019. Disponible en: <https://www.reddit.com/r/todayilearned/comments/d8o3x8/til_the_world_record_for_keeping_the_original/>. Fecha de acceso: 24 oct. 2024.

8 Reddit. 2024. Disponible en: <https://www.reddit.com/r/nostalgia/comments/1f1d472/how_many_remember_trying_to_keep_your_tamagotchi/>. Fecha de acceso: 24 oct. 2024.

9 Reddit. 2023. Disponible en: <https://www.reddit.com/r/tamagotchi/comments/14k1ekp/why_did_my_tamagotchi_die/>. Fecha de acceso: 24 oct. 2024.

La hipótesis inicial apunta a la correlación entre el éxito de este juguete electrónico, la reducción de la capacidad de atención y las dinámicas de apego de las últimas generaciones. Aunque se pueda construir una narrativa multidisciplinar que trace puentes de significado entre estos elementos, la relación directa es incierta. Aún así, consta como una interesante línea de investigación latente. Incluso puede ser investigada desde varias ramas del conocimiento –tecnológico, mercantil, antropológico, sociológico, psicológico, artístico, etcétera– idealmente en colaboraciones inter y transdisciplinares para ser debatido extensamente desde distintas perspectivas.

Para futuras investigaciones, resulta valioso explorar el impacto de esta “performance de crianza” en generaciones que conviven con tecnologías aún más sofisticadas y personalizables, para así ampliar el entendimiento de las relaciones emergentes entre el humano y la máquina en una sociedad digitalizada y cada vez más algorítmica. Echar la vista atrás y tomar consciencia del impacto sociocultural y psicológico que han tenido juguetes como el *Tamagotchi* puede presentar paralelismos con la nueva digital, como los entornos de realidad virtual y videolúdicos del metaverso o los *chatbots*.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

La autora de este artículo declara no tener conflictos de intereses financieros, profesionales o personales que pudieran haber influido de manera inapropiada en este trabajo.

DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Irati Azpeitia Orobengoa: conceptualización, metodología, validación, análisis formal, investigación, curación de datos, redacción – borrador original, redacción – revisión y edición, visualización, supervisión, administración de proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Airoidi, Massimo. 2021. *Machine habitus: toward a sociology of algorithms*. Cambridge: Polity Press.
- Alexander, Julia. 2017. «Tamagotchi will make its return in a world that doesn't understand or need it». *Polygon Archives*. Disponible en: <<https://www.polygon.com/2017/10/10/16449938/tamagotchi-release-2017-price-date>>. Fecha de acceso: 20 oct. 2024.
- Allison, Anne. 2006. *Japanese toys and global imagination*. Berkeley: University of California Press.
- Andersen, Kurt. 2015. «The best decade ever? The 1990s, obviously». *International New York Times* 7 feb. Disponible en: <<https://link.gale.com/apps/doc/A400444389/AONE?u=anon~b5126c8b&sid=googleScholar&xid=31db32bd>>. Fecha de acceso: 23 oct. 2024.
- Aristóteles (aut.) y Milagros García Valdés (trad.). 1988. *Política*. Barcelona: Gredos.
- AP Newsroom. 1997. «Philippines: *Tamagotchi* virtual pets may be banned from schools». Disponible en: <<https://newsroom.ap.org/editorial-photos-videos/detail?itemid=1e991715958ed0760426b40e6c865d2e&mediatype=video&source=youtube>>. Fecha de acceso: 18 jun. 2024.
- Azpeitia Orobengoa, Irati. 2023. *net.art_ : historia, exposición y conservación*. Trabajo Fin de Máster. Universidad del País Vasco.
- Baudrillard, Jean. 1996. *The system of objects*. Nueva York: Verso.
- Cable News Network. 1997. «Funerals held for dead *Tamagotchi* cyberpets». *Reuters* 17 ene. Disponible en: <https://reuters.screenocean.com/record/_Q6i2YYeHLXgt0iBiOi1iWp>. Fecha de acceso: 25 jun. 2024.
- Depounti, Iliana, Paula Saukko y Simone Natale. 2022. «Ideal technologies, ideal women: AI and gender imaginaries in Redditors' discussions on the Replika bot girlfriend». *Media, Culture & Society* 45(4): 720-736. doi:<<https://doi.org/10.1177/01634437221119021>>. Fecha de acceso: 21 oct. 2024.
- Derrida, Jacques (aut.) y Peggy Kamuf (trad.). 1994. *Specters of Marx*. Londres: Routledge.
- Fisher, Mark. 2017. *Los fantasmas de mi vida. Escritos sobre depresión, hauntología y futuros perdidos*. Buenos Aires: Editorial Caja Negra.
- Foucault, Michel (aut.) y James D. Faubion (trad.). 1998. *Essential Works of Foucault 1954-1984 II. Aesthetics, Method, and Epistemology*. Londres: Penguin Books.
- Frank, Adam, Andrew Stern y Ben Resner. 1997. «Socially intelligent virtual pets». *1997 Socially Intelligent Agents AAAI Fall Symposium*. Disponible en: <<https://alumni.media.mit.edu/~benres/verbiage/Socially%20Intelligent%20Virtual%20Petz.htm>>. Fecha de acceso: 24 may. 2024.

- Gn, Joel. 2017. «Designing Affection: On the Curious Case of Machine Cuteness», en Joshua Paul Dale, Joyce Goggin, Julia Leyda, Anthony McIntyre y Diane Negra (eds.), *The aesthetics and affects of cuteness*: 175-193. Londres: Routledge.
- Kidd, Cory. 2003. *Human-Robot interaction*. Trabajo Fin de Máster. Cambridge: MIT Press.
- Kusahara, Machiko. 2001. «The Art of Creating Subjective Reality: An Analysis of Japanese Digital Pets». *Leonardo* 34(4): 299-302. Disponible en: <<https://muse.jhu.edu/article/19722>>. Fecha de acceso: 29 may. 2024.
- Lang, Annie, Samuel D. Bradley, Edward F. Schneider, Sojung C. Kim y Sharon Mayell. 2013. «Killing is positive! Intra-game responses meet the necessary (but not sufficient) theoretical conditions for influencing aggressive behaviour». *Journal of Media Psychology* 24(4). doi: <<https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000075>>. Fecha de acceso: 7 jul. 2024.
- Llamas Pacheco, Rosario. 2014. *Arte contemporáneo y restauración. O cómo investigar entre lo material, lo esencial y lo simbólico*. Barcelona: Tecnos.
- Martel, Frederic. 2011. *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Disponible en: <https://www.google.es/books/edition/Cultura_Mainstream_C%C3%B3mo_nacen_los_fen%C3%B3menos_de_masas/S4UYKBPbkAC?hl=es&gbpv=0>. Fecha de acceso: 6 jun. 2024.
- Ocheretyany, Konstantin A. 2024. «Ghost in My Pocket: *Tamagotchi* Media Archaeology». *Galactica Media: Journal of Media Studies* 6(2): 260-276. doi: <<https://doi.org/10.46539/gmd.v6i2.492>>. Fecha de acceso: 30 may. 2024.
- Olivier Reiter, Alex. 2013. *Digital pet graveyard*. S.F. Disponible en: <<https://alexandra-reiter.com/digital-pet-graveyard-1>>. Fecha de acceso: 7 jun. 2024.
- O'Rourke, Anne. 1998. «Caring about virtual pets: an ethical interpretation of *Tamagotchi*». *Animal Issues* 2(1): 1-20.
- Rigotti, Carlotta y Gianclaudio Malgieri. 2023. «Human vulnerability in the metaverse». *Alliance for Universal Digital Rights; VULNERA*. Disponible en: <<https://hdl.handle.net/1887/3677016>>. Fecha de acceso: 26 oct. 2024.
- Subramanian, Kalpathy Ramaiyer. 2008. «Myth and Mystery of Shrinking Attention Span». *International Journal of Trend in Research and Development* 5(3): 1-6. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/327367023_Myth_and_Mystery_of_Shrinking_Attention_Span>. Fecha de acceso: 2 jul. 2024.
- Schmauks, Dagma. 2000. «Teddy bears, *Tamagotchis*, transgenic mice: A semiotic typology of artificial animals». *Sign Systems Studies* 28: 309-325. doi: <<https://doi.org/10.12697/SSS.2000.28.17>>. Fecha de acceso: 30 may. 2024.
- Sontag, Susan (aut.) y Aurelio Major (trad.). 2003. *Ante el dolor de los demás*. Madrid: Santillana Ediciones Generales.
- Tamagotchi Graveyard*. Disponible en: <<https://shesdevilish.tripod.com/grave.html>>. Fecha de acceso: 10 jun. 2024.
- TamaTalk. Tamagotchi Memorial*. Disponible en: <<https://www.tamataalk.com/forums/tamagotchi-memorial.23/>>. Fecha de acceso: 10 jun. 2024.
- Turkle, Sherry. 1984. *El segundo yo: las computadoras y el espíritu humano*. Buenos Aires: Galápagos.
- Turkle, Sherry. 2011. *Alone Together: why we expect more from technology and less from each other*. Nueva York: Basic Book.
- Woolgar, Steve. 1985. «Why not a Sociology of machines? The case of sociology and artificial intelligence». *Sociology* 19(4): 557-572.