RBMT
www.rbmt.com.br
Notícias sem moagem

Quarta-Feira, 25 de Junho de 2025

Hello Kitty é uma gata ou uma garotinha? Conheça curiosidades sobre personagem que completa 50 anos

De bolsas a panelas de arroz, a imagem da **Hello Kitty** adorna quase tudo e, nesta sexta-feira (1º), completa **50 anos de existência**. Mesmo após meio século, o símbolo enigmático continua a gerar milhões de dólares para seus criadores japoneses.

O design simples da personagem, que **não é uma gata**, mas sim uma **garotinha de Londres**, conforme a Sanrio, empresa que a criou, tem o potencial de continuar gerando dinheiro nos próximos anos, dizem os especialistas.

A história da Hello Kitty começou como uma **ilustração em uma carteira** de vinil. Desde então, ela apareceu em dezenas de milhares de produtos - oficiais e não oficiais - incluindo colaborações com a Adidas, Balenciaga e outras grandes marcas, como a **Carmed**, empresa brasileira de hidratante labial.

O fenômeno não dá sinais de parar, com um **filme da Warner Bros** em andamento e um novo **parque temático** da Hello Kitty a ser inaugurado no próximo ano na ilha tropical chinesa de Hainan.

O preço das ações da Sanrio aumentou **sete vezes**, elevando sua capitalização de mercado para mais de 1 trilhão de ienes (R$ 39,2 bilhões) desde que seu jovem CEO, Tomokuni Tsuji, substituiu seu avô em 2020.

Diversão para todas as idades

Uma mulher da Califórnia tem tantos produtos da Hello Kitty que seu marido construiu um **galpão rosa** para armazená-los. Dentro dele há milhares de brinquedos e outros itens com a Kitty e seu laço vermelho brilhante, incluindo fileiras de óculos de sol e uma cadeira giratória.

“As pessoas da minha idade dizem: 'Hello Kitty é para crianças pequenas', e eu rio disso”, disse Helen, de Riverside, na Califórnia. Ela diz ter “50 e poucos” anos de idade.

Helen, cujo carro também é decorado com a Hello Kitty, dirige o**fã-clube** do sul da Califórnia “Hello Kitty SoCal Babes”. Ela é obcecada pela personagem desde que ela apareceu pela primeira vez nos Estados Unidos, na década de 1970. Sua vasta coleção de bichinhos de pelúcia da Hello Kitty “a aquece” e ela passa horas com eles. Eles “curam algo em minha criança interior”, diz ela.

Celebridade com admiradores famosos

Entre os fãs da Hello Kitty estão nomes como **Lady Gaga**, **Nicki Minaj**, **Katy Perry** e até mesmo o do **Rei Charles III**, que desejou a ela um feliz aniversário este ano.

A conta da Hello Kitty no **TikTok** - cuja biografia a identifica como a “CEO of supercute” - apresenta memes sarcásticos e imagens do “Hello Kitty Day” em jogos de beisebol nos EUA que encantam seus 3,5 milhões de seguidores.

A Hello Kitty é o símbolo do “kawaii” japonês, um adjetivo que significa **“fofo” ou “bonito”**, e se tornou uma ferramenta do "soft power" japonês, sendo o mascote de uma campanha que promove a etiqueta turística em Tóquio.

Cartazes comemorativos do 50º aniversário foram exibidos no parque temático Sanrio Puroland. A empresária Kim Lu, de Manila, viajou para lá durante as férias com sua sobrinha de quatro anos. “Essa era realmente nossa prioridade aqui em Tóquio”, disse ela.

“Sinceramente, não sabemos” qual é o segredo do sucesso da Hello Kitty, admitiu Lu, que tem 36 anos. “Acho que é o charme 'kawaii'”.

A Sanrio tem direitos autorais de centenas de outros personagens populares, e a Hello Kitty responde por **30% de seus lucros**, em comparação com 75% há uma década.

Mas a Hello Kitty é a favorita de Rio Ueno, uma mulher de 23 anos que pegou um ônibus noturno da região norte de Niigata para visitar o parque com uma amiga. “Eu tenho coisas da Kitty desde que era uma garotinha”, disse, vestida com um moletom, uma bolsa e um bicho de pelúcia da Hello Kitty. “Ela é uma pessoa que está sempre perto de mim e quero que continue assim.

fonte diariodonordeste