

O Papel das Mulheres no Soft Power Japonês: Entre a Cultura Kawaii, a Desigualdade de Gênero e a Projeção Internacional

Alana Camoça Gonçalves de Oliveira



Professora Adjunta no Departamento de Relações Internacionais (DRI/UERJ) e Professora do Corpo Permanente do Programa de Pós-graduação em Relações Internacionais (PPGRI-UERJ). Realizou pós-doutorado no (PPGRI-UERJ) e no Programa de Pós-graduação em Ciências Militares da Escola de Comando e Estado Maior do Exército (ECEME). Possui Doutorado em Economia Política Internacional pelo Programa de Pós-Graduação em Economia Política Internacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PEPI-UFRJ). Atuou como Pesquisadora Visitante no Departamento de História da Universidade de Columbia em Nova York nos EUA e como Pesquisadora Visitante na Universidade de Osaka em Osaka no Japão. Dedicar-se às reflexões sobre Segurança

Internacional, Geopolítica e Estudos Asiáticos.

E-mail: alana.camoca@uerj.br

Resumo

Este ensaio analisa o papel feminino no soft power japonês, destacando como o Japão combina cultura, valores e política externa para projetar uma imagem positiva internacionalmente. Demonstramos que ícones femininos na cultura pop e nas artes tradicionais são utilizados como ferramentas diplomáticas para reforçar a identidade cultural do país. No entanto, a desigualdade de gênero no Japão representa um desafio significativo. A baixa representação feminina na política e a desigualdade em termos políticos, econômicos e sociais sobre o papel da mulher prejudicam sua imagem global. Demonstra-se que as mulheres desempenham um papel ambíguo no soft power japonês: enquanto figuras femininas na cultura reforçam a imagem do Japão como uma nação pacífica e “criativa”, a desigualdade de gênero interna mina relativamente sua credibilidade internacional. Para consolidar plenamente seu soft power e projetar-se como um país responsável na arena internacional, o Japão precisa continuar a implementar políticas que visem combater as desigualdades de gênero no país.

Palavras-chave

Japão; Mulheres; Soft Power

O Papel das Mulheres no Soft Power Japonês: Entre a Cultura Kawaii, a Desigualdade de Gênero e a Projeção Internacional

Por Alana Camoça Gonçalves de Oliveira

Hikaru Utada, Hiromu Arakawa, Yayoi Kusama, Naomi Osaka, Marie Kondo, Yoko Ono, Rumiko Takahashi e Naoko Takeuchi são nomes que, muito provavelmente, já cruzaram o seu caminho em algum momento. Essas mulheres, cada uma em sua área de atuação — seja como esportistas, mangakás, musicistas ou artistas visuais —, compõem parte essencial do imaginário cultural e histórico do Japão. Suas contribuições não apenas moldaram parcialmente a identidade contemporânea do país, mas também projetaram o Japão no cenário global, reforçando seu soft power por meio de narrativas, criações e conquistas que transcendem fronteiras¹.

Ao caminhar pelas ruas de Tóquio, especialmente em Shibuya, onde os cruzamentos levam a uma variedade de lojas — desde roupas de estilo streetwear com inspiração asiática até livrarias e lojas especializadas como Mandarake e Book Off, repletas de mangás, jogos e figuras de anime —, é impossível não notar a influência da cultura pop japonesa. Seguindo em direção ao Santuário Meiji Jingu, basta virar na rua certa para se deparar com Takeshita Street, um verdadeiro símbolo da cultura kawaii. Lá, as lojas vibrantes e coloridas destacam a conexão entre a identidade visual das jovens e os personagens de mangás, reforçando o apelo único dessa estética que conquistou o mundo e hoje representa parte do soft power japonês² (Cooper-Chen, 2012). Essa estética, no entanto, não é apenas uma expressão cultural, mas também uma ferramenta diplomática, utilizada pelo governo japonês para promover uma imagem de modernidade, criatividade e abertura ao mundo. Todavia, o Japão não se limita a projetar sua influência por meio da cultura pop.

¹ Agradeço à Aline Mendes da Silva pelas discussões sobre a cultura pop japonesa, que contribuíram para o desenvolvimento deste ensaio.

² A estética kawaii é hoje um ícone cultural do Japão, sendo inclusive adotada pelo governo como estratégia de promoção internacional. Sua origem, no entanto, remonta a três fases históricas. Segundo Michiko Okano (2014), a primeira fase surgiu no século XII, associando o termo a elementos graciosos, como pássaros e rostos infantis, que evocavam pequenez e inocência. A segunda fase, durante a Era Meiji, refletiu a abertura do Japão à cultura ocidental e se dividiu em três categorias: o ergonômico, ligado a objetos afetuosos, como ursos de pelúcia; o romântico, que expressava uma visão subjetiva do mundo através do amor; e o gracioso, relacionado ao que é infantil, alegre e puro. Essas ideias foram amplamente difundidas por revistas femininas da época. Por fim, a terceira fase, iniciada nos anos 1970, consolidou o kawaii como parte da sociedade de consumo, associando-o a produtos da cultura pop japonesa. Nesse período, o foco deixou de ser o comportamento feminino “ideal” e passou a valorizar roupas e acessórios como meios de alcançar a felicidade.

Ao passo que o mundo tem passado por transformações significativas com a ascensão da China, a corrida tecnológica, um movimento que alguns autores tem chamado de desglobalização (Dugnani, 2018), em meio a tensões securitárias e crises no mundo, o Japão tem buscado se projetar como um importante ator e player no cenário internacional, com a busca de uma política externa japonesa também marcada por um compromisso sólido com valores voltados para a preservação da paz global, a cooperação internacional e a ajuda para o desenvolvimento. Desde o início do século XXI, e sobretudo durante o segundo governo de Shinzo Abe (2012-2020), o país buscou consolidar-se como uma potência responsável e ativa no cenário internacional. Essa postura foi materializada na política externa intitulada *Proactive Contribution to Peace* (Contribuição Proativa para a Paz), que visava fortalecer o papel do Japão na resolução de conflitos globais, na promoção da segurança internacional e no apoio a iniciativas de desenvolvimento em regiões vulneráveis. Essa abordagem reflete os valores pacifistas consagrados na Constituição japonesa pós-Segunda Guerra Mundial, mas também a busca por um protagonismo diplomático alinhado aos desafios do século XXI.

Além disso, o governo Abe também direcionou esforços para enfrentar questões internas e globais relacionadas à desigualdade de gênero, reconhecendo a importância do empoderamento feminino tanto para o crescimento econômico quanto para a modernização da sociedade japonesa. Nesse contexto, surgiram políticas como a *Womenomics* — uma iniciativa que buscava aumentar a participação das mulheres no mercado de trabalho, promover a igualdade salarial e ampliar o acesso a cargos de liderança — e o programa *Women who Shine* (Mulheres que Brilham), que destacava histórias de mulheres japonesas inspiradoras em diversos setores, tanto no Japão quanto no exterior. Essas políticas não apenas visavam transformar a realidade doméstica, mas também projetar uma imagem do Japão como um país comprometido com demandas sociais contemporâneas.

Todos esses elementos nos ajudam a entender aspectos do que seria a ideia de *soft power* e, nesse cenário, como pensar a questão da mulher e de figuras femininas na projeção de poder japonesa que busca atrair olhares e promover uma imagem sobre si internacionalmente.

SOFT POWER: CONCEITO E ABRANGÊNCIA

O poder é, antes de tudo, uma relação dinâmica que se manifesta por interconexões e pode assumir diversas formas, dependendo do contexto em que é exercido (Nye, 1990). O *soft power* pode ser entendido como a capacidade de uma nação de atrair, fascinar e inspirar outros países e sociedades, de modo a alcançar seus objetivos na política internacional. Em sua essência, trata-se da capacidade de influenciar o comportamento de outros para alcançar objetivos específicos.

Usualmente, os países podem adotar duas estratégias principais: a coerção, que envolve o uso de força militar ou pressão econômica, ou a persuasão, que busca “seduzir” outras nações a agirem de acordo com seus interesses. Enquanto a primeira estratégia está associada ao conceito de *hard power*, a segunda reflete o uso do *soft power*³. Nye (2008; 2014) entende que o *soft power* pode ocorrer principalmente por meio de três recursos: “sua cultura (em lugares onde ela é atraente para os outros), seus valores políticos (quando são praticados tanto internamente quanto no exterior) e suas políticas externas (quando são vistas como legítimas e dotadas de autoridade moral)” (Nye, 2014, p. 4, tradução livre).

Ao longo dos séculos XX e XXI, o uso do poder militar ou da força tem se mostrado cada vez mais custoso e menos eficaz para as grandes potências (Nye, 1990; 2004). Diante disso, muitos Estados têm buscado alternativas para exercer influência no cenário internacional, investindo na construção de uma imagem positiva por meio de elementos como cultura, valores e a promoção de uma identidade nacional atraente (Oliveira; Araujo, 2021). Essas práticas diplomáticas visam não apenas aumentar a confiança entre as nações, mas também estimular a cooperação e a disseminação de valores compartilhados, reduzindo possíveis percepções de ameaça.

Desse modo, adotam-se estratégias de projeção de uma imagem nacional específica para audiências externas – globais –, dentre as quais podemos citar a exportação de produtos culturais e midiáticos, como programas televisivos, estilos de vida e imaginários (Iwabuchi, 2015). Uma das estratégias adotadas pelos países para disseminar informações sobre si mesmos é o uso de emissoras públicas de rádio e TV que operam internacionalmente, visando comunicar-se tanto com suas diásporas quanto com um público global mais amplo. O Japão conta com o serviço público internacional *NHK World-Japan*, cuja missão é fornecer informações sobre o Japão e a Ásia por meio de televisão, rádio e internet para audiências estrangeiras (NHK World Japan, s.d.).

O JAPÃO E O SOFT POWER: COMO PENSAR O SÉCULO XXI?

No caso do Japão, autores como Jose (2003) argumentam que o interesse do país pela sua projeção cultural (via ideia de *soft power*) ocorreu já desde a década de 1920, quando o país começou a promover planos culturais e educativos para introduzir o “modo de vida japonês” nos territórios que ocupou durante seu período de expansão⁴. Depois da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), o Japão passou a promover seu *soft*

³ Além dessas abordagens, existe ainda a combinação de ambas, conhecida como *smart power*, que busca equilibrar coerção e persuasão de forma estratégica (Nye, 2009).

⁴ Outros autores reforçaram a ideia de imperialismo cultural (Song, 2018).

power de forma mais gradual, a partir dos anos 1950, utilizando recursos como cinema, artes e animações. Além disso, na esfera da política externa e dos valores, o país buscou se consolidar como um ator alinhado à ordem liberal que surgiu após a guerra. Para isso, integrou-se a instituições internacionais, como a Organização das Nações Unidas e o Fundo Monetário Internacional, manteve uma forte aliança com os Estados Unidos e defendeu valores voltados para a paz e a cooperação internacional.

No entanto, foi de forma mais ativa que o Japão começou a usar o *soft power* para projetar uma imagem positiva no cenário internacional. Isso ganhou força principalmente com as Olimpíadas de 1964, que foram uma oportunidade para o país mostrar sua recuperação e crescimento econômico após a guerra (Kietlinski, 2011). Mais tarde, do ponto de vista cultural, essa estratégia se consolidou com a Doutrina Fukuda, que usou a cultura como uma ferramenta para fortalecer as relações do Japão com o Sudeste Asiático. Foi nesse contexto que, em 1972, surgiu a Fundação Japão, com o objetivo de levar a cultura japonesa para o mundo e melhorar a imagem do país no exterior.

No século XXI, o Japão combina três elementos principais — cultura, valores e política externa — para promover uma imagem positiva de si mesmo no cenário internacional. No âmbito cultural, a mistura entre a cultura pop e as tradições japonesas tem sido essencial para fortalecer a imagem do país e impulsionar o consumo de produtos japoneses em todo o mundo. Essa estratégia, conhecida como *Cool Japan*, funciona como uma ferramenta política poderosa (Oliveira; Araujo, 2020). Dentro dessa iniciativa, o *Cool Japan Fund* foi criado em 2013, um fundo de parceria público-privada para comercializar o *Cool Japan*, buscando aumentar a demanda internacional pelos produtos japoneses (Cool Japan Fund, 2021).

Assim como o Capitão América, o Mickey Mouse e outros ícones de Hollywood representam parte do *soft power* dos Estados Unidos no cenário global, a cultura pop japonesa também conquistou o mundo com personagens que qualquer criança ou adulto reconhece, como a Hello Kitty, a Usagi/Serena (Sailor Moon), o Pikachu (Pokémon), o Mario (Super Mario), o Godzilla e muitos outros. Essas figuras já se tornaram parte do imaginário popular, atraindo significativamente o interesse do público pelo Japão. Além disso, as tradições culturais, como os templos, a cerimônia do chá, e as artes do ikebana e do bonsai, também despertam fascínio, especialmente no Ocidente, onde o Japão muitas vezes é visto como “exótico”.

Não é por acaso que, segundo a *Japan National Tourism Organization* (JNTO), o número de turistas no Japão atingiu a marca estimada de 36.869.900 em 2024. E esses números tendem a crescer ainda mais, impulsionados pela forte divulgação do Japão nas redes sociais, sobretudo por influencers, pela economia do país e pela desvalorização do iene em relação ao dólar, o que torna o destino mais acessível para visitantes internacionais.

No campo dos valores e da política externa, o Japão se posiciona como um país responsável e um dos principais defensores de princípios como a livre navegação, os direitos humanos e a paz. Desde 2007, e de forma mais intensa nos últimos anos, o Japão tem promovido a ideia de *Free and Open Indo-Pacific* (FOIP), que visa garantir a paz e a prosperidade na região do Indo-Pacífico e além, estabelecendo uma ordem baseada em valores e princípios compartilhados, como o Estado de Direito (MOFA, 2024). Esse conceito abrange todos os aspectos da política externa japonesa, desde a segurança até a ajuda oficial para o desenvolvimento. O Japão integra o Comitê de Assistência ao Desenvolvimento da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD-DAC) desde 1961. De acordo com as estatísticas do DAC de 2019, o Japão é o quarto maior doador de ajuda ao desenvolvimento no mundo, reforçando seu compromisso com a cooperação internacional e a promoção de um futuro mais estável e próspero.

Esses pontos ajudam a destacar o *soft power* japonês e o papel que o país busca desempenhar, assim como a imagem que tenta projetar internacionalmente. No entanto, um aspecto central precisa ser refletido: e a questão das mulheres? E a questão de gênero? Existe um papel feminino no *soft power* japonês?

O PAPEL FEMININO NO *SOFT POWER* NO JAPÃO CONTEMPORÂNEO

Quando olhamos para o conceito de *soft power*, podemos refletir sobre o papel das mulheres no Japão a partir de três elementos-chave: cultura, valores e política externa. Além disso, é importante destacar que, no *soft power* japonês atual, as mulheres desempenham um papel que se divide em dois grandes objetivos. O primeiro objetivo é o desejo do Japão de ser percebido como uma nação pacífica e colaborativa no cenário internacional. A utilização de figuras femininas em sua narrativa de *soft power* reforça essa imagem, associando-a a valores como docilidade, harmonia e resolução não conflituosa de disputas. O segundo é a tentativa de reduzir as desigualdades de gênero dentro do próprio país — um desafio que tem sido amplamente discutido globalmente e que, muitas vezes, é apontado como uma das fragilidades do *soft power* japonês.

A CULTURA: O POP, O *KAWAII* E O TRADICIONAL

As figuras femininas fazem parte do imaginário sobre o Japão, desde as tradicionais gueixas e maikos, retratadas em séries como as da Netflix, até a presença marcante das mulheres nas artes tradicionais, como o ikebana, a cerimônia do chá e outras práticas culturais. Da mesma forma, na cultura pop, personagens femininas — muitas vezes criadas e desenvolvidas por mulheres — como as Sailors de Sailor Moon, Kagome de InuYasha,

Cure Miracle e Cure Magical de Pretty Cure, e Sakura de Sakura Card Captor, além de ícones como Hatsune Miku e expressões artísticas como a moda kawaii, já mencionada, são elementos centrais do que o mundo imagina quando pensa no Japão.

Não é por acaso que essas figuras já foram mobilizadas até mesmo na política japonesa. Taro Aso, que assumiu o cargo de primeiro-ministro em 2008, no início de 2009, durante uma sessão da Dieta Japonesa, discursou sobre a sociedade que seu governo almejava construir. Um dos pontos centrais de seu discurso foi o crescimento econômico, que ele defendia com base em uma estratégia de três pilares: uma “revolução de baixo carbono”, a “boa saúde e longevidade” e, por último, o *soft power* japonês (Aso, 2009).

Em fevereiro de 2009, o governo de Taro Aso reconheceu a importância da moda japonesa no exterior, especialmente os estilos únicos da juventude feminina que chamavam a atenção internacional. Para capitalizar essa tendência, o governo nomeou três jovens como “embaixadoras do kawaii”, encarregadas de representar as características da moda kawaii e viajar pelo mundo para promover esses aspectos da cultura japonesa. No mesmo ano, ocorreu a *Japan Expo*, um grande evento na França dedicado à cultura pop japonesa, que destacou ainda mais a influência global do Japão (Khumthukthit, 2010). Apesar de o projeto das “embaixadoras do kawaii” parecer simples à primeira vista, ele reforçou elementos centrais da imagem que o Japão busca projetar: inocência, pacifismo e doçura. Essa estratégia de usar ícones culturais para promover uma imagem positiva do Japão não se limitou às embaixadoras do kawaii. Personagens icônicas como as já mencionadas heroínas de Pretty Cure também foram utilizadas como embaixadoras oficiais durante os Jogos Olímpicos.

Também em tempos recentes, a campanha “Tokyo: Where Old Meets New”, lançada em meados dos anos 2010, fez parte das estratégias de promoção turística e cultural de Tóquio, especialmente na preparação para os Jogos Olímpicos. Financiada e liderada pelo Governo Metropolitano de Tóquio (Tokyo Metropolitan Government - TMG), em colaboração com outras entidades e organizações voltadas para o turismo e a promoção cultural da cidade, a campanha buscava destacar a dualidade única da capital japonesa. Muitos dos *outdoors* espalhados pelas ruas de Tóquio expressavam essa mistura entre o tradicional e o moderno. Era comum ver contrastes fascinantes, como pinturas tradicionais japonesas ao lado da figura futurista de Hatsune Miku, ou o icônico Manekineko (gato da sorte) acompanhado da Hello Kitty.

OS VALORES E A POLÍTICA EXTERNA: DESAFIOS DA DESIGUALDADE DE GÊNERO

A desigualdade de gênero no Japão tem impactado negativamente seu *soft power*,

especialmente no que diz respeito à sua imagem internacional e à projeção de valores democráticos. No ranking *Soft Power 30*, que avalia países com base em critérios como governo, cultura, educação e diplomacia, a persistente disparidade de gênero no Japão mina a confiança internacional no arquipélago (The Soft Power 30, 2019). Essa percepção é reforçada pela baixa representação feminina na política: em 2024, apenas 15,7% dos membros da Câmara dos Deputados e 25,5% da Câmara dos Conselheiros eram mulheres (IPU Parline, 2024). O Japão ocupa a 118ª posição no Global Gender Gap Report 2024 e a 113ª em empoderamento político feminino, sendo o pior colocado entre os países do G7 (Fórum Econômico Mundial, 2024). A ex-ministra da Defesa, Inada Tomomi, descreveu essa disparidade como uma “democracia sem mulheres” (McCurry, 2020).

Internamente, medidas como o Programa Executivo para Mulheres Líderes, em parceria com a *Harvard Business School*, buscaram aumentar a participação feminina em cargos executivos (Governo do Japão, 2017). Em dezembro de 2020, o Quinto Plano Básico para a Igualdade de Gênero foi aprovado pelo Gabinete⁵, estabelecendo metas como alcançar uma taxa de recrutamento feminino superior a 35% para servidores públicos nacionais. Segundo Kamikawa (2024) esse esforço demonstrava resultados, posto que em abril de 2023, mais de 50% dos novos recrutas do Ministério das Relações Exteriores eram mulheres, e na época cerca de 40% do quadro de funcionários era composto por mulheres. Dessa maneira, a ex-ministra das Relações Exteriores, Kamikawa Yoko, foi uma figura central nessa transformação. Em seu primeiro discurso como ministra, em setembro de 2023, Kamikawa destacou o compromisso do Japão com a agenda de Mulheres, Paz e Segurança (WPS), reforçando a importância do empoderamento feminino tanto no cenário doméstico quanto no internacional.

Externamente, o Japão tem promovido o empoderamento feminino em países como a Índia, apoiando a distribuição de produtos sanitários e a educação sobre higiene menstrual, ampliando oportunidades educacionais e profissionais para mulheres (MOFA, 2014). Projetos semelhantes foram implementados no Norte da África, reforçando o papel do Japão como defensor global da igualdade de gênero. Além disso, o Japão tem implementado três iterações dos Planos Nacionais de Ação, focando em promover a participação das mulheres e a perspectiva de gênero em áreas como construção da paz, redução de riscos de desastres e mudanças climáticas. O país também priorizou o combate à violência sexual e de gênero em zonas de conflito. A Estratégia de Desenvolvimento para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres (2016) complementou esses esforços, e, em 2022, o Japão destinou US\$ 7,73 bilhões em Ajuda Oficial ao Desenvolvimento (AOD) para iniciativas de igualdade de gênero (Nagatomi, 2024).

Apesar dos avanços, a imagem internacional do Japão continua sendo prejudicada por sua persistente classificação baixa em avaliações que envolvem disparidade de

⁵ Para mais informações, consultar: https://www.gender.go.jp/english_contents/about_danjo/whitepaper/pdf/5th_bpg.pdf

gênero, como o *Global Gender Gap Index* do Fórum Econômico Mundial. Em 2013, o país ocupava a 105ª posição entre 147 nações, caindo para a 121ª em 2020 (Fórum Econômico Mundial, 2013; 2020). Essa contradição entre o discurso de igualdade de gênero e a realidade doméstica revela uma lacuna que precisa ser superada para que o Japão consolide plenamente seu *soft power* e para que as mulheres efetivamente “brilhem” e tenham um papel central no país.

APONTAMENTOS FINAIS

O Japão, ao longo das últimas décadas, tem empreendido esforços significativos para consolidar uma imagem positiva no cenário internacional por meio de seu *soft power*, valendo-se de elementos como cultura, valores e política externa. A cultura pop, com ícones emblemáticos como Sailor Moon, Hello Kitty e Hatsune Miku, aliada a tradições milenares como a cerimônia do chá e o ikebana, desempenha um papel crucial na atração do interesse global e na construção de uma imagem do Japão como uma nação moderna, criativa e culturalmente diversificada. Iniciativas estratégicas, como o *Cool Japan* e a designação de embaixadoras do *kawaii*, reforçam essa narrativa, enfatizando valores como inocência, doçura e pacifismo como pilares centrais da identidade nacional japonesa. Paralelamente, a política externa do país, marcada por iniciativas como a *Free and Open Indo-Pacific* (FOIP) e um compromisso robusto com a assistência ao desenvolvimento, posiciona o Japão como um defensor da paz, da cooperação internacional e dos direitos humanos. Contudo, apesar desses esforços multifacetados, a persistente desigualdade de gênero no Japão emerge como um desafio estrutural que compromete sua imagem global.

A sub-representação feminina na esfera política, os estereótipos de gênero perpetuados por figuras públicas e a classificação desfavorável em índices de igualdade de gênero, corroem a credibilidade internacional do Japão como uma sociedade verdadeiramente equitativa. A dissonância entre o discurso oficial de igualdade de gênero e a realidade doméstica, aliada às críticas da ONU sobre a postura do Japão em relação a temas da Segunda Guerra Mundial, revela uma lacuna entre a imagem que o país deseja projetar, seus valores alinhados com padrões internacionais de equidade e justiça social, e sua política externa.

Referências bibliográficas

ARAUJO, Mayara; OLIVEIRA, Alana. “Construindo o amanhã”: cool Japan como recurso de soft power para a imagem do Japão nas olimpíadas de 2021. **Cosmopolítica**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 3, p. 163-186, 2020.

ASO, Taro. **Policy Speech by Prime Minister Taro Aso to the Hundred and Seventy-first Session of the Diet**. 2009. Disponível em: https://japan.kantei.go.jp/asospeech/2009/01/28housin_e.html. Acesso em: 09 jan. 2025.

COOL JAPAN FUND. **What is Cool Japan Fund?**. 2021. Disponível em: <https://www.cj-fund.co.jp/en/>. Acesso em: 15 nov. 2021.

COOPER-CHEN, Anne. Cartoon planet: the cross-cultural acceptance of Japanese animation. **Asian Journal of Communication**, v. 22, n. 1, p. 44-57, 2012.

DUGNANI, Patricio. Globalização e desglobalização: outro dilema da Pós-Modernidade. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 25, n. 2, p. 1-14, 2018.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. **Global Gender Gap 2013**. 2013. Disponível em: https://www3.weforum.org/docs/WEF_GenderGap_Report_2013.pdf. Acesso em: 13 mar. 2025.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. **Global Gender Gap 2020**. 2020. Disponível em: https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf. Acesso em: 13 mar. 2025.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. **Global Gender Gap 2024**. 2024. Disponível em: https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2024.pdf. Acesso em: 13 mar. 2025.

GOVERNO DO JAPÃO. **Toward a Society Where All Women Shine**. 2017. Disponível em: https://www.japan.go.jp/tomodachi/2017/spring2017/toward_a_society_where_all_women_shine.html. Acesso em: 8 mar. 2025.

KAMIKAWA, Yoko. INTERVIEW. Foreign Minister Yoko Kamikawa: Women’s Perspectives Make Society Better. **Japan Forward**. 2024. Disponível em: <https://japan-forward.com/yoko-kamikawa-foreign-minister-women-empowerment-interview/>. Acesso em: 11 mar. 2025.

KIETLINSKI, Robin. Japan in the Olympics, the Olympics in Japan. *Education About Asia*, Ann Arbor, v. 21, n. 2, p. 35-40, 2016.

IPU PARLINE. **Japan**. 2024. Disponível em: <https://data.ipu.org/parliament/JP/JP-LC01/data-on-women/>. Acesso em: 13 mar. 2025.

KHUMTHUKHIT, Ploy. **A Nova Diplomacia Pública do Japão**. 2010. 115 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Relações Internacionais, Puc-Rio, Rio de Janeiro, 2010.

MCCURRY, Justin. **Japan is a ‘democracy without women’, says ruling party MP**. 2020. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2020/sep/23/japan-is-a-democracy-without-women-says-ruling-party-mp>. Acesso em: 13 mar. 2025.

MOFA. MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES DO JAPÃO. **Creating a society in which all women shine**. 2014. Disponível em: <https://www.mofa.go.jp/files/000119373.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2025.

MOFA. MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES DO JAPÃO. **Free and Open Indo-Pacific**. 2024. Disponível em: https://www.mofa.go.jp/policy/page25e_000278.html. Acesso em: 11 mar. 2025.

NAGATOMI, Ayumi. Japan’s New Diplomatic Pillar: women, peace, and security. Women, Peace, and Security. CSIS. 2024. Disponível em: <https://www.csis.org/blogs/new-perspectives-asia/japans-new-diplomatic-pillar-women-peace-and-security>. Acesso em: 11 mar. 2025.

NYE, Joseph S. Soft power. **Foreign policy**, n. 80, p. 153-171, 1990.

NYE, Joseph S. The information revolution and soft power. **Current history**, 2014.

NYE, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, 616(1), 94-109.

OKANO, Michiko. A estética kawaii - origem e diálogo. In: **Anais do Encontro Internacional de Pesquisadores em Arte Oriental**. São Paulo, 2014, p. 288-307.

SONG, Seok Won. The Japanese Imperial Mentality: Cultural Imperialism as Colonial Control–Chosun as Exemplar. **Pacific Focus**, v. 33, n. 2, p. 308-329, 2018.

THE SOFT POWER 30. **Japan**. 2019. Disponível em: <https://softpower30.com/country/japan/>. Acesso em: 14 jun. 2023.