

Estado da publicação: O preprint não foi submetido para publicação

“Lugar de mulher é onde ela quiser”: a adesão de mulheres à pauta pró-arma no Brasil

Luiza Costa Melo

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.9880>

Submetido em: 2024-09-12

Postado em: 2024-09-13 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

“LUGAR DE MULHER É ONDE ELA QUISER”: A ADESÃO DE MULHERES À PAUTA PRÓ-ARMA NO BRASIL

AUTORA 1, Luiza Costa Melo

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-2440-4057>

<luizam@id.uff.br>

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal Fluminense (PPGS-UFF). Niterói, Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

RESUMO: Este *paper* discute determinados recortes de uma pesquisa de mestrado em andamento. O presente trabalho tem o objetivo de analisar perfis de Instagram de mulheres defensoras das armas de fogo como instrumento de autodefesa e mapear as redes que formam. O fenômeno do ativismo feminino “pró-armas” está interligado à ascensão da nova direita, ao sentimento de insegurança e de descrédito em relação às instituições estatais, além do *lobby* armamentista. Tanto na política institucional quanto na sociedade civil são notórios os discursos de mulheres que representam o uso da arma de fogo como estratégia de autodefesa e também como ferramenta de empoderamento feminino. Consonante a isso, fontes de pesquisa atestam o crescimento significativo das fabricantes brasileiras de armas leves na última década no mercado de segurança internacional. A pesquisa, de caráter qualitativo, se baseia em observação etnográfica oculta em ambiente digital e em Análise de Rede Social (ARS) em fase inicial. Os materiais utilizados foram perfis de Instagram das atrizes e organizações sociais de maior circulação no meio da autodefesa armada feminina. Os resultados têm demonstrado: a articulação de símbolos originalmente feministas de empoderamento a velhos signos de feminilidade hegemônica; propostas de autodefesa armada para as mulheres como estratégia frente à violência contra a mulher; e um paralelo entre o crescimento do mercado armamentista e os perfis de ativismo feminino “pró-armas”, devido aos patrocínios às iniciativas das mulheres.

Palavras-chave: Mulheres; Empoderamento; Violência de gênero; Armas de fogo; Instagram.

"A WOMAN'S PLACE IS WHEREVER SHE WANTS": WOMEN'S ADHERENCE TO THE PRO-GUN AGENDA IN BRAZIL

ABSTRACT: This paper discusses certain excerpts from an ongoing master's research. The present work aims to analyze Instagram profiles of women defenders of firearms as an instrument of self-defense and to map the networks they form. The phenomenon of "pro-gun" female activism is interconnected with the rise of the new right, the feeling of insecurity and discredit in relation to state institutions, as well as the gun lobby. Both in institutional politics and in civil society, the discourses of women who represent the use of firearms as a strategy of self-defense and also as a tool for female empowerment are notorious. In line with this, research sources attest to the significant growth of Brazilian manufacturers of small arms in the last decade in the international security market. The research, of a qualitative nature, is based on ethnographic hidden observation in digital environment and on Social Network Analysis (SNA) in the initial phase. The materials used were Instagram profiles of the actresses and social organizations with the greatest circulation in the midst of female armed self-defense. The results have demonstrated: the articulation of originally feminist symbols of empowerment with old signs of hegemonic femininity; proposals for armed self-defense for women as a strategy against violence against women; and a parallel between the growth of the arms market and the profiles of "pro-gun" female activism, due to sponsorships of women's initiatives.

Keywords: Women; Empowerment; Gender violence; Firearms; Instagram.

INTRODUÇÃO

O *lobby* feito por associações pró-armas privadas é, internacionalmente, um fator essencial para o avanço de questionamentos sobre políticas de controle de armas. Nos Estados Unidos, por exemplo, a principal organização lobista é a *National Rifle Association* (NRA). No Brasil, os principais grupos lobistas armamentistas são a bancada da bala no Poder Legislativo e o movimento Proarmas (Vechi, 2023), que possuem alta confluência entre si.

É importante delinear três momentos cruciais no que tange ao acesso às armas de fogo ocupando a centralidade do debate público no Brasil, são estes: o momento da implementação do Estatuto do Desarmamento – Lei Nº 10.826 de 22/12/2003 –, o Referendo das Armas em 2005 e a ascensão da nova direita na política (Cepêda, 2018) junto à figura de Jair Bolsonaro. Já foi demonstrado o quão benéfico foi o Estatuto do Desarmamento na queda dos índices de homicídio e salvando milhares de vidas nos centros urbanos (Cerqueira e Mello, 2013). Entretanto, há um crescente questionamento desta legislação por atores insatisfeitos com as políticas desarmamentistas, impulsionado após o plebiscito sobre a proibição do comércio doméstico de armas de 2005 (Macaulay, 2019; Vechi, 2023).

Em tempos recentes, a discussão voltou a circular com força e foi uma das principais bandeiras do ex-presidente Jair Bolsonaro, fortalecendo os grupos armamentistas e avançando suas pautas. Apesar do governo Executivo hoje ser presidido por um governo partidário de políticas de controle de armas, no Congresso Nacional vem aparecendo contrapontos em forma de projetos de decreto legislativo destinados a sustar os efeitos dos atos de Lula, seja por meio de discursos, campanhas públicas e posicionamentos assumidos no debate político (Husek *et al.*, 2024).

Junto às movimentações dos últimos anos, o mercado doméstico de armas de fogo encontrou lugar para expandir, assim como os registros de CACs e de clubes de tiro explodiram. Segundo dados divulgados pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública, o número de registros de CACs (Caçadores, Atiradores e Colecionadores) em 2023 chegou a superar o efetivo de todas as forças policiais brasileiras¹. As reivindicações armamentistas pela defesa pessoal e patrimonial compõem um cenário internacional de individualização da segurança, de crescimento dos mercados de segurança privada,

¹ Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2023/07/5110809-numero-de-cacs-supera-o-de-policiais.html>. Acesso em 20 ago. 2024.

além de uma forte influência do hiperindividualismo arraigado nos Estados Unidos, conhecido pela força da cultura das armas (Carlson, 2014b, Vecchi, 2023).

Antes do Estatuto do Desarmamento de 2003, a circulação de armas entre pessoas comuns no Brasil era naturalizada, já que havia uma alta facilidade na obtenção de uma arma de fogo, assim como era trivial o trânsito armado². Paralelo a isso, a indústria brasileira de armas sempre possuiu notória dimensão, inclusive, no mercado internacional de produtos bélicos. Este fato não se extinguiu com o Estatuto, pois o Brasil permanece um país relevante no mercado de armamentos, conforme apontado no relatório da Omega Research Foundation (2021) em colaboração com a Justiça Global. Segundo o documento, na última década o Brasil se firmou como um dos principais fabricantes e exportadores de equipamentos de policiamento e segurança (Omega Research Foundation, 2021). Inclusive, fabricantes como Condor, Companhia Brasileira de Cartuchos (CBC) e Taurus passaram a ter destaque internacional como líderes de mercado. A Taurus, em balanço de 2021 passou a ocupar a 1ª posição mundial na venda de armas leves entre empresas que divulgam seus números ao mercado, superando gigantes dos Estados Unidos como Smith & Wesson e Sturm, Ruger & Co³.

Embora algumas das fabricantes de armas e equipamentos de segurança exportem seus produtos, o maior mercado para essas empresas permanece o próprio Brasil (Omega Research Foundation, 2021), sendo os produtos usados em órgãos de aplicação da lei e também pelos civis. Em 2022, o número de pessoas com certificados de registros de armas de fogo de CACs (colecionadores, atiradores e caçadores) chegou a 783.385; e os registros no SINARM (relativos à defesa pessoal e patrimonial) atingiram a marca de 2.088.048 em 2023 (FBSP, 2024).

O controle da circulação de armas leves e munições tem sido uma problemática persistente no Brasil, inclusive acerca daquelas pertencentes ao patrimônio do Estado, fator que configura parte do problema da violência da nação (Karp, 2011). Corrupção e desvio generalizado destas armas para as mãos de criminosos compõem o problema de confiança da população nas forças de segurança brasileiras, que também não têm tido um papel eficaz no controle interno de armas registradas entre civis⁴.

² https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/25/politica/1508939191_181548.html. Acesso em 06 set. 2024.

³ <https://www.poder360.com.br/economia/taurus-lucra-r-635-milhoes-em-2021-apos-venda-recorde-de-armas-em-2021/>. Acesso em 07 set. 2024.

⁴ <https://fontesegura.forumseguranca.org.br/como-o-recadastramento-de-armas-evidenciou-o-descontrole-sobre-o-mercado/>. Acesso em 12 mar. 2024.

Não é novidade que uma grande parcela da sociedade nutre uma relação de desconfiança pelo Estado e pelos direitos de cidadania garantidos por lei, questionando a eficiência dos mecanismos públicos de justiça e segurança. Luiz Antonio Machado da Silva (2010) já apontava o crime comum violento como um problema central na agenda pública e os efeitos da gramática da violência urbana na produção de uma compreensão prático-moral de grande parte do cotidiano nas grandes cidades. Nesse contexto, membros da política institucional e uma parcela da população civil vão defender o porte de armas de fogo como solução para a problemática da violência, da criminalidade e da insegurança, já que não consideram o Estado como mantenedor eficaz da ordem social e da segurança pública.

As reivindicações a favor da facilitação do acesso de civis às armas de fogo configuram uma conjuntura alarmante, especialmente para as mulheres, considerando que a arma de fogo é o instrumento mais usado em casos de feminicídio no Brasil⁵. Segundo relatório do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), no ano de 2023, 1.463 mulheres foram vítimas de feminicídio no Brasil, o maior número já registrado desde a tipificação da lei, em 2015 (Bueno *et al.*, 2024). Dentre as mortes violentas, a arma de fogo foi empregada em 68,6% dos casos. Além disso, embora seja reconhecido como fator de risco para o feminicídio, a existência da arma em uma casa onde acontece a violência doméstica aumenta as chances de pessoas além da mulher serem vítimas, como filhos e outros familiares (Kivisto e Porter, 2020).

Apesar disso, posicionamentos públicos de mulheres a favor da pauta das armas de fogo cresceram nos últimos anos, especialmente entre parlamentares que ascenderam junto à nova direita bolsonarista – como Joice Hasselmann, Carla Zambelli e Júlia Zanatta. Este tipo de discurso não se esgota na política institucional, abrangendo uma série de mulheres brasileiras, a exemplo de figuras de influência no Instagram que promovem uma visão das armas de fogo como aliadas das mulheres. Consonante a isso, empresas como a Taurus e a Glock vem promovendo, em diferentes frentes, campanhas pensadas em especial para o público feminino no Brasil.

Dessa maneira, este trabalho intenta analisar as mulheres que possuem perfis de alcance significativo no Instagram que usam de seu espaço virtual para disseminar o discurso “pró-arma feminino”, assim como a construção de suas redes. O assunto acerca das mulheres armadas tem recebido pouca atenção nas ciências sociais no que se refere às formas que o gênero influencia as

⁵ <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2022/11/17/arma-de-fogo-e-instrumento-mais-utilizado-em-femicidios-no-brasil.ghtml>. Acesso em 6 set. 2024.

decisões de portar e utilizar as armas, as experiências da sua utilização, quer criminais ou não, e as concepções de vitimação, insegurança e violência dos indivíduos (Santos, 2012).

1 METODOLOGIA

O presente trabalho analisa sujeitos complexos e ambíguos, em grande maioria apoiadores de uma ideologia política de direita extremista e que flerta com o fascismo. Para tanto, segue o exercício fundamental de não os demonizar, assim como não os romantizar ou normalizar suas práticas, conforme defendido por Rosana Pinheiro-Machado e Lucia Scalco (2021). Dessa maneira, proponho uma abordagem equilibrada entre a compreensão das motivações e a crítica rigorosa das ideologias, pois compreendo que a rede de mulheres analisadas não existe no vácuo, “mas em emaranhados de relacionamentos e adversidades em um contexto estrutural mais amplo e de mudanças dinâmicas em processo” (Pinheiro-Machado e Scalco, 2021, p. 330, trad. minha).

As novas tecnologias e as facilidades conferidas pelas redes sociais abriram caminhos para a disseminação dos discursos extremistas. Como bem apontado por Helcira Lima (2020), na arena digital, polêmicas públicas são detonadas a todo momento, dando destaque a muitos novos simpatizantes de ideias negacionistas, extremistas e movidas por ressentimento, medo e indignação. No Brasil, país marcado pela desigualdade social, “isso se torna ainda mais agudo, uma vez que a suposta democracia digital convive lado a lado com a barbárie” (Lima, 2020, p. 391).

Como apontado por Padilha e Facioli (2018) o avanço das relações da esfera digital, “atravessadas por elevados interesses de mercado e pelo direcionamento daquilo que os sujeitos consomem, acessam, curtem, compartilham, impõem à pesquisa social, principalmente à sociologia, uma desafiadora tarefa” (p. 314). Com a análise sociológica baseada na rede social do Instagram, o trabalho se pautou em observação etnográfica oculta (Skågeby, 2011), através de uma conta do Instagram criada especificamente para observar os perfis da “comunidade” da pauta armamentista feminina, sem me manifestar, acompanhando ocultamente as atividades que vão se desenrolando na rede.

Os perfis de Instagram foram encontrados a partir da pesquisa na barra de busca usando termos como “mulheres armadas”; “mulheres e armas”; e “armadas”. A partir do encontro de contas voltadas para o armamentismo feminino, foram sendo encontrados mais perfis deste tipo entre os seguidores, os comentários, nas publicações e na aba de sugestões. Com isso, passei a construir um mapa de relacionamentos entre os perfis através da plataforma *kumu.io*. Venho catalogando os perfis

de Instagram de circulação significativa de mulheres civis ativistas pelas armas de fogo e de organizações de incentivo ao armamento de mulheres. As contas que chamo aqui de “projetos” variam entre: clubes de tiro, cursos, páginas de incentivo ou divulgação de mulheres armadas e perfis mistos. Os perfis selecionados até o momento são apenas de mulheres civis, isto é, contas de policiais, militares das Forças Armadas e das demais profissões ligadas à segurança pública e à justiça ainda não foram incluídos no mapeamento⁶.

Finalmente, o trabalho se propõe a demonstrar a construção de um mapa de redes de relacionamentos destes perfis entre si e com empresas do ramo das armas de fogo, em vias de produzir uma análise de informações sobre as relações entre os atores sociais que constituem a rede social específica do ativismo armamentista feminino no Instagram. Dessa maneira, a pesquisa se encontra em fase preliminar de uma Análise de Rede Social (ARS), na qual os atores e suas ações são vistos como interdependentes na rede informal delimitada por mim no processo de pesquisa. Nesse sentido, conforme aponta Lozares (1996), “a explicação do comportamento requer uma análise de como os atores estão conectados uns aos outros nas diversas situações em que são observados” (*apud* Silva e Zanata Jr., 2012, p. 121).

2 O PÓS-FEMINISMO E A CULTURA DAS ARMAS

2.1 Os efeitos de uma cultura pós-feminista

O fenômeno das mulheres armadas não é uma novidade dentro da cultura armada nos Estados Unidos, país onde se observa o tema há mais tempo. A literatura acerca da publicidade das manufactureiras de armas aponta que a problemática da insegurança feminina foi um pretexto importante para a expansão da indústria para campanhas voltadas ao público feminino nos Estados Unidos (Blair e Hyatt, 1995). Iniciadas em meados da década de 1980, o marketing promovido pelas figuras e associações pró-armas busca incentivar as mulheres a se armarem para não serem vítimas de ataques violentos. Um exemplo disso é a campanha da NRA chamada *Refuse To Be a Victim*, que reforça uma noção de que a vitimização de mulheres se deve ao fato de não estarem se protegendo o suficiente. As campanhas e demais fontes de conteúdo sobre o universo do tiro, desde então, já vinham se utilizando do desejo por empoderamento, independência de um homem e a necessidade de autoproteção, devido ao medo (Blair e Hyatt, 1995).

⁶ Este fato vem sendo reconsiderado para futuramente observar também como as profissionais da justiça e segurança pública estão se relacionando com esse meio. Porém, para este paper, a escolha foi demonstrar apenas a parcela que não utiliza armas por motivos relacionados à profissão e também escolhe não se debruçar sobre as parlamentares.

Conforme as mulheres passaram a integrar o universo armado estadunidense, certos pesquisadores se debruçaram sobre a questão (Blair e Hyatt, 1995; Smith e Smith, 1995; Thompson *et al.*, 1996; Cooke e Puddifoot, 2000; Homsher, 2001; Carlson, 2014a; 2014c; 2016; Gilpin e Thornton, 2018). Em rico diálogo com esta pesquisa, Gilpin e Thornton (2018) analisam as postagens do Instagram de meninas, na infância e adolescência, segurando armas de fogo. Publicadas por pais entusiastas da Segunda Emenda, as imagens exploram signos de empoderamento, feminilidade e valores familiares dentro da *gunosphere online*. Dotadas do “empoderamento armado”, a representação de meninas e mulheres armadas carrega certo fascínio. Homsher (2018) observa que a figura da mulher armada representa algo surpreendente para as sensibilidades modernas, pois os dois elementos estão desarticulados no imaginário do senso comum. Assim, quando confrontado com tal imagem, o espectador é convocado a refletir sobre o que ele costuma associar à uma arma de fogo ou à imagem de um atirador.

Olhando para movimentações parecidas no Brasil, Sarmiento *et al.* (2023) demonstram que nas publicações das parlamentares de direita os temas mais recorrentes foram a participação política de mulheres, conteúdos sobre família e violência. Nesses tópicos, as autoras apontam para uma mobilização e ressignificação de temáticas historicamente associadas à agenda feminista – como a representatividade feminina. Essas mulheres buscam enfatizar papéis tradicionais de gênero, no que tange a performances relacionadas à maternidade e ao cuidado, além de reforçar uma visão binária do gênero; enquanto reivindicam uma feminilidade combativa e ativa, ligada às armas e à autodefesa. Essa ênfase na conciliação de tipos de feminilidade é muito similar com o que se observa no universo das mulheres armadas no Instagram.

Existe uma literatura acerca de fenômenos ligados ao feminismo que se atrelam à questão das aproximações das mulheres às armas como amigas. Entre as correntes relacionadas estão: feminismo neoliberal, feminismo popular, femonacionalismo e feminismo armado (Banet-Weiser *et al.*, 2020; Gill, 2007; Solano *et al.*, 2023; Hamlin e Peters, 2018; Santos, 2012). Em geral, todos estes desdobramentos estão associados ao pós-feminismo, noção trabalhada por Rosalind Gill. Embora não haja um consenso na teoria feminista acerca do uso do termo, Gill faz uma análise crítica dele, sendo uma das mais utilizadas. Segundo Gill (2007), o pós-feminismo se refere não somente a um momento de quebra pós-segunda onda, mas a um tipo de “sensibilidade” atrelada aos valores e ideias do neoliberalismo. Os elementos atrelados à essa sensibilidade pós-feminista são bastante empregados pela mídia, dentre eles estão: ênfase no individualismo, na escolha e no empoderamento; autodisciplina; feminilidade

enquanto propriedade corporal; retorno da ideia de diferenças sexuais naturais; sexualização cultural; consumismo; e mercantilização das diferenças (Gill, 2007).

Também ressonante do pós-feminismo e validado pelo neoliberalismo (Banet-Weiser *et al.*, 2020), o feminismo popular tem a ver com o crescimento do marketing para garotas – *femvertising* – usando a expressão *girl power* como palavra-chave. O poder feminino neste caso é visto melhor como poder de consumo do que um desafio às estruturas desiguais de poder e gênero. Além disso, anunciar-se publicamente enquanto feminista tornou-se algo popular e comum, inclusive entre celebridades e figuras que não se atrelavam anteriormente às discussões políticas de gênero. Nesse contexto, a autora defende que se criou um conjunto de condições sociais que ela chama de feminismo popular. Estas condições permitem que o *femvertising*, o feminismo de mercado e o feminismo corporativo tenham visibilidade sem precisar tecer críticas às estruturas violentas econômicas, raciais e de gênero. A inclusão das mulheres nos espaços e atividades significa a solução de todos os problemas de gênero. O feminismo popular é positivo, feliz, acessível e palatável a todos os públicos.

No Brasil, o estudo de Esther Solano *et al.* (2023) descreve os efeitos da cultura pós-feminista, da influência do feminismo neoliberal e do feminismo popular nas últimas décadas entre mulheres comuns. Há uma apropriação da noção de empoderamento feminino pela extrema-direita, resultado da maleabilidade, individualização e positividade incutidos no termo pelo pós-feminismo. Há uma abertura para que, inclusive, agendas antifeministas reconstruam a expressão conforme seus próprios valores. A literatura revela que o desmembramento da ideia do feminismo enquanto o movimento político provoca um esvaziamento que permite a cooptação por empresas, produtos, atores sociais conservadores e reacionários, por exemplo (Hamlin e Peters, 2018; Costa *et al.*, 2022; Solano *et al.*, 2023). Determinadas pautas do feminismo passam a estar em disputa não somente pela esquerda, como também pela direita (Costa *et al.*, 2022). Assim, atores sociais e grupos políticos conservadores, religiosos e direitistas avançam na disputa das implicações e significados do que é uma mulher empoderada (Solano *et al.*, 2023).

2.2 Mulheres armadas no Instagram

O perfil geral das mulheres analisadas é de mulheres fenotipicamente brancas, de classe média e média-alta. Todas possuem registro CAC, ou seja, praticam tiro esportivo e quase todas são instrutoras de tiro; as outras são atletas de tiro esportivo. Por outro lado, algumas delas possuem ocupações profissionais para além do universo do tiro e das armas. A maioria das contas de Instagram funcionam de maneira mista, ou seja, envolvem a vida pessoal, o tópico das armas e as atividades

profissionais. Alguns perfis dedicam-se mais às atividades profissionais do universo das armas de fogo, divulgando eventos, alterações na legislação e demais atividades em clubes de tiro. Há outras que possuem um conteúdo mais politizado em relação ao acúmulo do debate armamentista internacional. Há uma notória tendência de explicitação do pertencimento às religiões cristãs, apelos à importância da dimensão da família nuclear, e um cuidado com a questão da estética feminina hegemônica – fator que pode estar associado ao direcionamento geral de influenciadoras digitais, altamente vinculadas à uma aparência padronizada. Em geral, os perfis das mulheres buscam transmitir um “estilo de vida”, que envolve uma personalidade ativa, atlética, combativa, poderosa, preocupada com a estética e que envolve histórias de superação pessoal.

No que tange à totalidade dos perfis, verifica-se um apelo ao que é entendido no senso comum como feminilidade e atributos do “universo feminino”, referentes ao tipo ideal hegemônico de ser mulher. Os projetos de incentivo ao tiro feminino levam nomes que seguem a mesma linha: Batom e Pólvora, SPA das Atiradoras, AirSoft para Mulheres, TPM - Tiro Para Mulheres e Armadas e Empoderadas. Para além das analogias dos nomes dos projetos, o uso da cor rosa é observado em grande parte das publicações, colorindo vestimentas, decorações, símbolos e edições de fotos. Além disso, nota-se a circulação de expressões oriundas do feminismo nas publicações, frases gravadas nas camisas e cantadas nos hinos dos cursos, como: “lugar de mulher é onde ela quiser”, “mulheres juntas são mais fortes” e crítica à ideia do sexo frágil – “sexo frágil nunca existiu, aqui o equipamento é bandoleira e fuzil”.

Entre as contas de Instagram analisadas, as principais categorias utilizadas como argumento para a defesa das armas especificamente para mulheres são: empoderamento feminino; defesa da família, em especial dos filhos; autodefesa das violências contra a mulher; independência das forças oficiais do Estado em casos de violência contra a mulher; e arma como instrumento “equalizador de gênero”. Fruto das massivas campanhas publicitárias que trabalhavam o jargão *girl power* (Hamlin e Peters, 2018), a ideia de empoderamento encontra-se esvaziada de seu uso histórico pelos movimentos feministas, sendo usada para se referir à valorização da autonomia. Consonante a isso, a noção de “poder feminino” sofre uma simplificação excessiva e se torna um equivalente à capacidade de autodefesa individual.

Nesse contexto, articulam-se novos símbolos feministas de sucesso e autonomia aos velhos signos de feminilidade, como maquiagem, cabelos longos e demais traços da convencional feminilidade atraente. Um exemplo atrelado a esse cenário é a fabricação de revólveres “feminilizados”

por fabricantes da indústria bélica como forma de atrair as mulheres para o universo das armas. Artifícios publicitários parecidos já foram observados em décadas anteriores nos Estados Unidos, nas campanhas promovidas pela NRA e outras fontes de conteúdo sobre o universo do tiro (Blair e Hyatt, 1995; Smith e Smith, 1995). No contexto de expansão para o novo nicho, a indústria de armas criou novos designs de revólveres, publicidade voltada às mulheres e recorreram a um novo vocabulário como recurso, semelhante ao que vem ocorrendo no Brasil. A partir do redesign e campanhas específicas, a exemplo do 8 de março, o lobby das armas se projeta para abranger um novo público-alvo.

No contexto atual do parlamento, Vechi (2023) demonstra que deputados da bancada da bala vêm apontando para a autodefesa armada de mulheres como solução para o problema da violência contra a mulher. Semelhante ao que é observado na propaganda da indústria estadunidense de armas, o manejo do medo da violência também é um recurso retórico usado para enfatizar a necessidade de autoproteção da mulher. Apesar disso, a perspectiva que embasa os argumentos da arma de fogo como estratégia de autodefesa contra agressores ou medida “equalizadora de gênero” é, na verdade, uma justaposição contraditória de lógicas de gênero (Carlson, 2014c). O crime pensado através da ótica masculina reproduz privilégios masculinos, uma vez que a proposta de solução “igualitária” para o crime não é pensada sobre a realidade das mulheres. Isto é, há um equívoco ao julgar a vitimização dos indivíduos de maneira universal, uma vez que o argumento da arma como “equalizadora” apresenta a violência contra as mulheres como se ela ocorresse igualmente à violência sofrida pelos homens. O impasse se encontra no fato de os homens estatisticamente serem vítimas de violência principalmente fora de casa, ou na residência por meio de invasores. Já a vitimização feminina acontece através dos próprios companheiros, familiares e demais conhecidos próximos; na maioria das vezes, dentro de casa.

Dessa maneira, a tal “medida equalizadora” pode acabar por criar situações contrárias à proposta, como em uma residência onde existe uma arma de fogo e a violência doméstica acontece. Carlson (2014c) demonstra que, mesmo quando falam sobre a violência doméstica, os homens acreditam que ela ocorre de maneira rápida e sangrenta, carecendo de compreensão sobre sua complexidade específica. No entanto, a violência doméstica envolve características particulares, como o ciclo da violência, dependência econômica e psicológica, barreiras culturais e longo período de recuperação. Assim, o reconhecimento limitado da violência doméstica pelos ativistas pró-armas pode produzir sérias consequências para a integridade feminina.

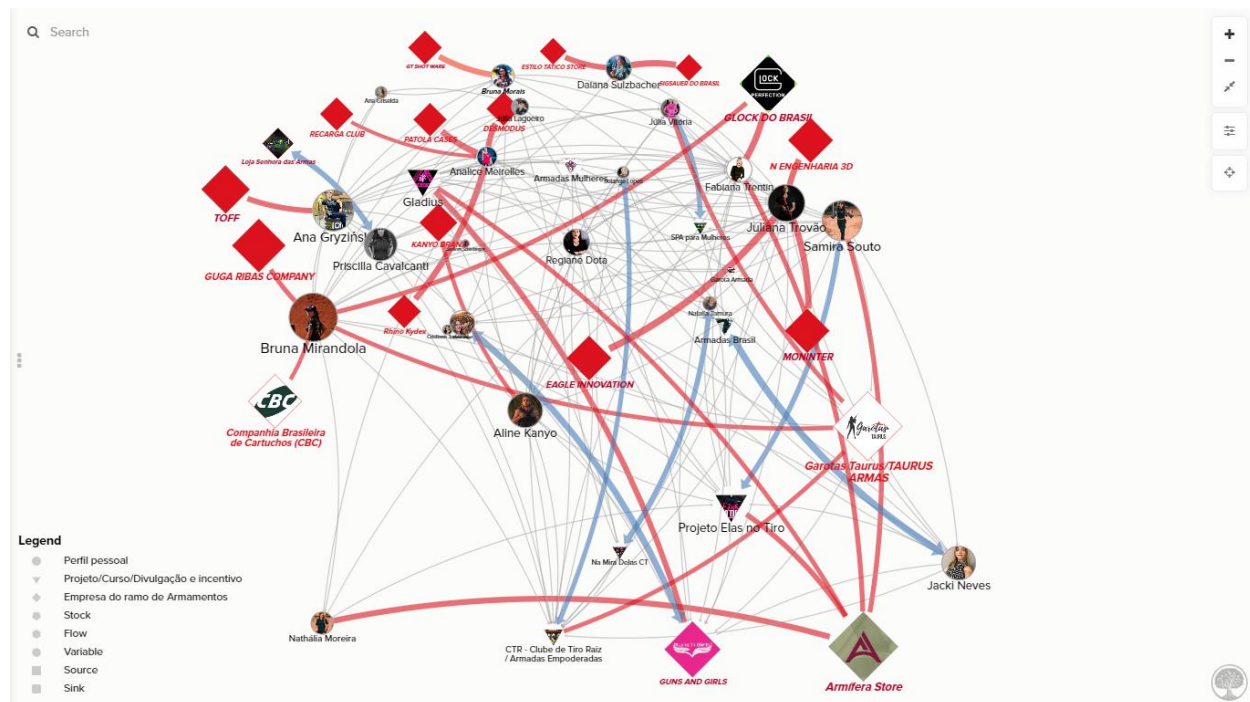
Portanto, percebo que tais estratégias de inserção de mulheres no universo das armas são sintomas de uma tendência presente nos discursos midiáticos contemporâneos associados à popularização de ideias feministas desvinculadas de sua politização original. No caso desta pesquisa, voltada para um âmbito majoritariamente direitista, masculino e conservador, é vista “a mistura de ideias feministas e antifeministas na produção de subjetividades gendradas” (Gill e Scharff, 2011 *apud* Hamlin e Peters, 2018). As mídias sociais são as plataformas mais visíveis do feminismo popular, uma vez que ele circula numa economia da visibilidade, e apoia-se, de certa forma, no “capitalismo de plataforma”. A arma de fogo passa, então, a representar uma ferramenta de autodefesa, proteção do núcleo familiar, empoderamento e liberdade por um grupo social que está frequentemente sendo vítima da mesma. No entanto, apesar da contradição do empoderamento armado, este cenário traz novos elementos para a representação do gênero e da feminilidade.

3 AS REDES

3.1 Mapeamento das redes

Na figura 1, a seguir, visualiza-se a construção do mapeamento de redes de relacionamento entre os perfis de Instagram de mulheres armamentistas que vem sendo acompanhados.

Figura 1 - Mapa de redes de relacionamentos



Fonte: elaboração própria. Mapa disponível em: <https://embed.kumu.io/479a77424a6126cb8f91b284f391b7b5#redes-de-relacionamentos-instagram>. Acesso em 09 set. 2024.

As ligações demonstradas na Figura 1 foram feitas através das informações coletadas no Instagram. A legendas se dispõem da seguinte maneira:

Sobre o formato dos ícones:

- Círculo: perfis pessoais;
- Triângulo: perfis de projetos e cursos de tiro para mulheres ou de divulgação de mulheres armadas;
- Losango: empresas do ramo de armamentos.

Sobre as ligações:

- Seta fina e cinza: uma conta segue a outra na rede social;
- Linha grossa e vermelha: a empresa do ramo de armamentos patrocina ou possui parceria fixa com a referida mulher ou projeto;
- Seta grossa e mútua: significa que a empresa ou o projeto pertence àquela mulher.

É importante destacar que, mesmo se tratando de um mapa de redes aberto, de livre acesso, não tratarei neste *paper* da identidade de cada componente individualmente. Não mencionarei nomes, nem mesmo de figuras públicas. Primeiramente por não haver espaço para tal neste trabalho, como também porque o propósito é estritamente acadêmico e o objetivo é fazer uma demonstração em termos gerais das observações dos perfis, que são muitos.

Durante as observações, notei que as mulheres que possuem perfis de maior alcance⁷ em geral possuem parcerias com empresas do ramo dos equipamentos para a prática de tiro. As empresas patrocinadoras vão desde fabricantes de armas de fogo e munições a empresas de: coldres, vestimentas para prática de tiro, joias para atiradores, torniquetes e simulacros. Os perfis individuais de maior circulação entre os mapeados podem ser entendidos na categoria de influenciadoras digitais, especialmente aquelas que possuem parcerias com empresas – ou a própria empresa. Enquanto fenômeno mundial, os influenciadores digitais são importantes mediadores simbólico-ideológicos da era digital (Fontes, 2023). Veiculando discursos neoliberais, eles incentivam seus seguidores a “superarem desafios, ultrapassarem adversidades, procurarem independência, acreditarem em si

⁷ A consulta das métricas foi feita no *SocialBlade* (<https://socialblade.com/>).

próprias, explorarem o seu potencial, criarem os seus próprios negócios e assumirem o controle das suas trajetórias de vida” (ibid., p. 122).

Constituídos por conteúdos individualizados, coloridos por experiências pessoais e potencialmente sedutores, os perfis de influenciadores podem manifestar opiniões políticas que promovem ideologias extremistas, antidemocráticas ou teorias da conspiração, aprofundando a polarização política dos indivíduos e divisões na sociedade (Fontes, 2023). Isto é, implícita ou explicitamente, um dos impactos fundamentais dos influenciadores é a capacidade de mobilizar os seguidores em torno de pautas políticas específicas. O Instagram tem sido uma plataforma eficaz na projeção de influenciadores, empreendedores e ativistas defensores de causas *anti-establishment*, como é o caso do armamentismo. Na esfera das atiradoras, vários dos perfis são patrocinados ou mesmo representam embaixadoras de marcas do universo das armas. Entre estas marcas, encontram-se grandes fabricantes como Taurus, Glock e CBC.

3.2 O mercado nacional em expansão ao público feminino

Figura 2 - Revólver Taurus



Fonte: Taurus.

O revólver *Strong Women* (figura 2) foi lançado no Brasil em 2021 pela fabricante Taurus para homenagear o Dia Internacional das Mulheres. A Taurus apresenta sua arma ao mesmo tempo em que cumprimenta o público feminino pelo dia. “Feliz Dia da Mulher que é forte. Seja cuidando de sua família, se dedicando aos treinos ou andando bem armada” é a mensagem disseminada pelas suas redes

sociais⁸. A Taurus Brasil afirma que o novo revólver Taurus 85 UL *Strong Women*, edição limitada lançada exclusivamente para o mercado brasileiro no 8 de março, se esgotou em apenas 3 dias, apesar de não demonstrar o número de vendas ou divulgar detalhes sobre esse dado. Segundo a empresa, “o sucesso das vendas se deve à alta procura do público feminino pelo direito à liberdade e independência, conseqüentemente por armas, e evidencia um crescente mercado”. Nos Estados Unidos, pesquisas demonstram que as grandes fabricanteiras chegavam a forjar informações desejadas e divulgar dados exagerados sobre a taxa de posse de armas entre mulheres, tudo isso em busca da legitimação da imagem da mulher armada no imaginário nacional (Smith e Smith, 1995).

Em outra iniciativa, com o objetivo de homenagear funcionárias da empresa, a Taurus realizou uma campanha chamada *Ladies Week*, que ocorreu entre os dias 7 a 11 de março de 2022⁹. A atividade incluiu *workshops* de motivação e autoestima, ministrados por uma “especialista em comportamento organizacional” e uma palestra de defesa pessoal com uma das mulheres que compõem as redes mapeadas, instrutora de tiro e lutadora. Além disso, outra arma foi lançada pela Taurus para o mercado brasileiro no Dia Internacional da Mulher de 2022, chamada pistola G3C T.O.R.O. *Strong Women*. A arma possui um desenho especial decorado com flores feitas a laser e uma gravação com o nome *Strong Women*.

Movimentações como a da Taurus estão relacionadas ao *lobby* armamentista e se assemelham ao que já ocorreu décadas atrás nos Estados Unidos, a exemplo dos revólveres lançados pela fabricante Smith & Wesson. Tais iniciativas estão surgindo com força no cenário brasileiro, como já apontado por Vechi (2023), assumindo novas roupagens em busca de se estabelecer entre o público feminino, assim como passar a associar o instrumento da arma de fogo à figura da mulher no imaginário social. As palavras do CEO global da Taurus, Salesio Nuhs, ilustram bem isso:

O dia 8 de março é uma data que ressalta a luta das mulheres na sociedade, a reivindicação pelos direitos do sexo feminino e a igualdade entre os gêneros. Nosso lançamento é em homenagem a essas mulheres fortes e independentes, que procuram exercer o seu direito de possuir uma arma de fogo.¹⁰

⁸ <https://www.brasildefators.com.br/2021/03/08/sob-criticas-fabricante-lanca-revolver-cor-de-rosa-na-carona-do-dia-da-mulher>. Acesso em 08 set. 2024.

⁹ <https://www.brasildefators.com.br/2021/03/08/sob-criticas-fabricante-lanca-revolver-cor-de-rosa-na-carona-do-dia-da-mulher>. Acesso em 08 set. 2024.

¹⁰ <https://www.otempo.com.br/brasil/taurus-lanca-armas-especiais-em-homenagem-ao-dia-internacional-da-mulher-1.2627610>. Acesso em 10 set. 2024.

A fala do empresário armamentista é uma representação da circulação popular do “poder feminino” relacionado à igualdade de gênero se conectando a campos inusitados. No entanto, trata-se de uma circulação de expressões e frases de efeito desalinhadas a críticas sociais maiores, posto que essas organizações estão alinhadas à lógica do mercado e ao neoliberalismo. Para esses atores e empresas, o *x* da questão – além, claro, da projeção publicitária lucrativa – é a inclusão. Ou seja, incluindo mulheres ou criando projetos voltados para elas, é solucionado o problema da desigualdade de gênero.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa demonstrou uma perspectiva de empoderamento e segurança feminina individualizantes, segundo as mulheres analisadas. A perspectiva individualista da segurança é uma resposta simplista para o problema da violência contra as mulheres, especialmente a doméstica, posto que os atores que propõem a medida armada não abordam as estruturas desiguais do gênero, a misoginia ou as especificidades da violência doméstica. Essa espécie de “empoderamento feminino armado” representa um “atalho pós-feminista”, uma vez que passa por cima de questões centrais para a igualdade de gênero e avalia a igualdade com o poder de exercer violência. Além disso, a reivindicação pela facilitação do acesso às armas de fogo e munições aparenta ser mais cara às mulheres da classe média e média-alta, em sua maioria brancas, conservando privilégios de raça e classe no âmbito do acesso à arma de fogo.

São vistos efeitos de um momento pós-feminista e de grande influência do feminismo popular na cultura publicitária e mercadológica, principalmente a partir do emprego de vocabulários originários do movimento feminista, com destaque para o “empoderamento feminino”. Tais expressões são desvinculadas do movimento feminista assim como de seu viés coletivo e de luta, e são trazidos para a dimensão individual e do consumo. Conforme já apontou Banet-Weiser *et al.* (2020) há uma erupção do feminismo popular e a convergência do feminismo com agendas neoconservadoras e neoliberais. O caso das ativistas brasileiras “pró-armas” nas redes sociais é exemplo disso.

Foi percebido também que o mercado de armamentos, munições e demais equipamentos de segurança privada no Brasil, em constante crescimento, apoia uma parcela das mulheres dos principais perfis “pró-armas” analisados. É possível traçar um paralelo entre a explosão desse ramo de empresas com o ativismo armamentista feminino na internet, compartilhando de interesses políticos, esportivos e econômicos semelhantes. Portanto, em uma análise ainda bastante inicial, já é observada uma relação significativa entre mulheres e empresas do ramo de armamento nas redes. Isso revela uma parcela do

tal “ativismo pró-arma feminino” não somente impulsionado por convicções políticas e filosóficas, como – em boa parte – patrocinado por empresas. Elas circulam entre o papel de ativistas da causa armada e de influenciadoras digitais que trabalham com publicidades pagas.

REFERÊNCIAS

BANET-WEISER, S.; GILL, R.; ROTTENBERG, C. Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation. **Feminist Theory**, v. 21, n. 1, p. 3–24, 2020.

BLAIR, M. E.; HYATT, E. M. The Marketing of Guns to Women: Factors Influencing Gun-Related Attitudes and Gun Ownership by Women. **Journal of Public Policy & Marketing**. Vol. 14 (1), Spring 1995, p. 117-127.

BUENO, S. *et al.* **Feminicídios em 2023**. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2024.

CARLSON, J. D. From Gun Politics to Self-Defense Politics: A Feminist Critique of the Great Gun Debate. **Violence Against Women**, vol. 20(3), 2014, p. 369-377, 2014a.

CARLSON, J.. States, subjects and sovereign power: Lessons from global gun cultures. **Theoretical Criminology**, v. 18, n. 3, p. 335–353, 2014b.

CARLSON, J.. The Equalizer? Crime, Vulnerability, and Gender in Pro-Gun Discourse. **Feminist Criminology**, v. 9, n. 1, p. 59–83, 2014c.

CARLSON, J.. Troubling the Subject of Violence: The Pacifist Presumption, Martial Maternalism, and Armed Women in Contemporary Gun Culture. **Political Power and Social Theory**, Vol. 30, p. 81-107, 2016.

CEPÊDA, V. A Nova Direita no Brasil: contexto e matrizes conceituais. **Mediações - Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 23, n. 2, p. 40–74, 2018.

CERQUEIRA, D.; MELLO, J. M. P. Evaluating a National Anti-Firearm Law and Estimating the Causal Effect of Guns on Crime. **Textos para Discussão**, nº 607, Departamento de Economia, PUC-Rio, 2013.

COOKE, C. A.; PUDDIFOOT, J. E. Gun Culture and Symbolism Among U.K. and U.S. Women. **The Journal of Social Psychology**, v. 140, n. 4, p. 423-433, 2000.

COSTA, B. D.; ROCHA, C.; SOLANO, E. (orgs.). **Feminismo em disputa**: um estudo sobre o imaginário político das mulheres brasileiras. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2022.

FONTES, F. Influenciadores digitais: os novos intermediários simbólico-ideológicos da era digital. **Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**, Porto, v. XLVII, p. 111-128, 2023.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **18º Anuário Brasileiro de Segurança Pública**. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2024.

GILL, Rosalind. Postfeminist media culture: elements of a sensibility. **European journal of cultural studies**, v. 10, n. 2, p. 147-166, 2007.

GILPIN, D. R.; THORNTON, L.-J. Girls of the Gunosphere: Interpreting power and agency in Instagram Second Amendment communities. In: **Southwestern Mass Communication Journal**, v. 33, n. 2, 2018.

HAMLIN, C; PETERS, G. Consumindo como uma garota: subjetivação e empoderamento na publicidade voltada para mulheres. **Lua Nova**, São Paulo, 103: 167-202, 2018.

HOMSHER, D. **Women & guns: politics and the culture of firearms in America**. Armonk: M.E. Sharpe, 2001.

HUSEK, T.; BENETTI, P.; ROSA, I. **O que o Congresso Nacional fala sobre o armamento civil?**. 1ª ed., Rio de Janeiro: Instituto Fogo Cruzado, 2024.

KARP, A. **O Excedente de Armas Leves na América do Sul**: um relatório. Genebra: Small Arms Survey, 2011.

KIVISTO, A. J.; PORTER, M. Firearm use increases risk of multiple victims in domestic homicides. **J. Am. Acad. Psychiatry Law**, v. 48, n. 1, p. 26-34, 2020.

LIMA, H. Discursos negacionistas disseminados em rede. **Revista da Abralin**, v. 19, n. 3, p. 389-408, 2020.

MACAULAY, F. Bancada da Bala: the growing influence of the security sector in Brazilian politics. In: FOLEY, C. (Ed.). **In Spite of You**: Bolsonaro and the New Brazilian Resistance. New York: OR Books, p. 56-70, 2019.

MACHADO DA SILVA, L. A. “Violência urbana”, segurança pública e favelas: o caso do Rio de Janeiro atual. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 59, p. 283–300, 2010.

OMEGA RESEARCH FOUNDATION. **A fabricação, comércio e regulamentação de armas e equipamentos de segurança no Brasil**. Rio de Janeiro: Justiça Global, Instituto Sou da Paz, 2021.

PADILHA, F.; FACIOLI, L. Sociologia Digital: apontamentos teórico-metodológicos para uma análise das mídias digitais. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 54, n. 3, 2018.

PINHEIRO-MACHADO, R.; SCALCO, L. Humanising fascists? Nuance as an anthropological responsibility. **Social Anthropology**, v. 29, n. 2, p. 329–336, 2021.

SANTOS, R. “Cidadãos de bem” com armas: Representações sexuadas de violência armada, (in)segurança e legítima defesa no Brasil. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 96, p. 133-164, Março, 2012.

SARMENTO, R.; RODRIGUES ELIAS, M. L. G.G.; MARQUES, G. A comunicação digital e as pautas das deputadas brasileiras “de direita” no Instagram. **Terceiro Milênio: Revista Crítica de Sociologia e Política**, v. 20, n. 01, 2023.

SILVA, M. K.; ZANATA JR., R. “Diz-me com quem andas, que te direi quem és”: uma – breve – introdução à análise de redes sociais. **REVISTA USP**, São Paulo, n. 92, p. 114-130, dezembro-fevereiro, 2011-2012.

SKÅGBY, J. Online ethnographic methods: towards a qualitative understanding of virtual community practices. *In*: DANIEL, Ben Kei (ed.). **Handbook of Research on Methods and Techniques for studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena**. Hershey: IGI Global, 2011 Linköping: IGI Global, 2011.

SMITH, T. W.; SMITH, R. J. Changes in Firearms Ownership among Women, 1980-1994. **J. Crim. L. & Criminology**, vol. 86, No. 1, Fall, 1995, p. 133-149.

SOLANO, E.; ROCHA, C.; SENDRETTI, L. Mulheres de extrema-direita: empoderamento feminino e valorização moral da mulher. **Caderno CRH**, Salvador, v. 36, p. 1-16, e023040, 2023.

THOMPSON, C. Y.; YOUNG, R. L.; CREASEY, W. L. Women's Emancipation and the Ownership of Firearms. **Women & Criminal Justice**, v. 7, n. 2, p. 69-87, 1996.

VECHI, F. **Neoconservadorismo, política e armas:** a literatura e as organizações pró-armas dos Estados Unidos e a sua influência nos discursos da Bancada da Bala no Congresso Nacional. 2023. 282 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Criminais, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS DA PESQUISA: Todo o conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

FINANCIAMENTO: O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

CONTRIBUIÇÃO DAS/DOS AUTORES/AS: A autora participou de todas as etapas do trabalho.

DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSE: A autora declara não haver conflitos de interesse.

MINIBIOGRAFIA DA AUTORA DO PAPER: Luiza Costa Melo é bacharel em Ciências Sociais pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Atualmente é mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal Fluminense (PPGS-UFF).

Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.