A vitrine armada do gênero: representações do "feminino" na gunosphere online do Instagram[1]

La vitrina armada del género: representaciones de lo "femenino" en la gunosphere online de Instagram

Armed gender displays: representations of the "feminine" in the online gunosphere on Instagram

Luiza Costa Melo
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), São Carlos, São Paulo, Brasil
luiza.melo.121@gmail.com

Resumo: O artigo tem como como objetivo expor e discutir a "vitrine do gênero", isto é, as representações do gênero feminino encontradas entre perfis mapeados de armamentistas brasileiras no Instagram, rede de perfis denominada *gunosphere online* feminina. A pesquisa pauta-se na imersão em um universo de contas de mulheres que defendem o armamento civil e aprofunda a análise ao se ater aos discursos de três perfis de personalidades consideradas exemplares: uma influenciadora digital, uma policial militar e uma armamentista sem patrocínios. A análise do material foi realizada à luz da teoria dos *gender displays*, de Erving Goffman, observando encenações que exploram e exageram estereótipos de gênero. A pesquisa revelou que essas mulheres defendem a posse de armas de maneira estratégica, conciliando discursos de autodefesa, "empoderamento feminino" e valores conservadores, revelando, assim, uma feminilidade armada.

Palavras-chave: armas de fogo; feminilidade; empoderamento; gênero; instagram.

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

Resumen: El artículo tiene como objetivo exponer y discutir la "vitrina del género", las representaciones del género femenino encontradas entre perfiles mapeados de armamentistas brasileñas en Instagram, red de perfiles denominada *gunosphere online* femenina. La investigación se basa en la inmersión en un universo de cuentas de mujeres que defienden el armamento civil y profundiza el análisis al centrarse en los discursos de tres perfiles de personalidades consideradas ejemplares: una influenciadora digital, una policía militar y una armamentista sin patrocinio. El análisis del material se realizó a la luz de la teoría de los gender displays de Erving Goffman, observando representaciones que exploran y exageran estereotipos de género. La investigación reveló que estas mujeres defienden la posesión de armas de manera estratégica, conciliando discursos de autodefensa, "empoderamiento femenino" y valores conservadores, revelando así una feminidad armada.

Palabras clave: armas de fuego; feminidad; empoderamiento; género; instagram.

Abstract: The article aims to present and discuss "gender displays", representations of the female gender found among mapped profiles of Brazilian gun enthusiasts on Instagram, a network of profiles called the online female gunosphere. The research is based on immersion in a universe of accounts of women who advocate for civilian armament and deepens the analysis by focusing on the discourses of three exemplary personality profiles: a digital influencer, a military police officer, and an unaffiliated gun enthusiast. The material was analyzed in light of Erving Goffman's theory of gender displays, observing performances that explore and exaggerate gender stereotypes. The research revealed that these women advocate for gun ownership strategically, combining discourses of self-defense, "female empowerment" and conservative values, thereby revealing an armed femininity.

Keywords: firearms; femininity; empowerment; gender; instagram.

Submetido em: 20 de janeiro de 2026
Aceito em: 30 de junho de 2026

1. Introdução

Richard Miskolci (2021) aponta que serviços comerciais de redes sociais, a exemplo do Instagram, nos apresentaram a uma nova esfera pública. A relevância dos conteúdos da plataforma funciona com base em métricas de atenção e, assim, as discussões são impulsionadas por meio de uma lógica recheada de interesses mercadológicos. Essas redes sociais foram concebidas no contexto da sociedade norte-americana e de seus valores competitivos e individualistas. Consequentemente, com base nesses valores, há um estímulo à competição entre os usuários, que procuram chamar a atenção para si mesmos, inseridos em um mercado de reconhecimento, como empreendedores de si mesmos. Uma das principais plataformas digitais contemporâneas identificadas com esses atributos é o Instagram, a terceira rede social mais utilizada pelos brasileiros[2] (Kemp, 2024).

Inseridos nesse cenário em ebulição, diversos são os autores das ciências sociais que já se debruçaram sobre as implicações políticas contemporâneas das redes sociais, especialmente no que tange à ascensão de uma extrema direita [3] expressivamente online, ao populismo digital e neoliberal, às subculturas digitais *alt-right* e às batalhas morais na nova esfera pública (Silveira, 2015; Messenberg, 2017; Cesarino, 2020; Khosravinik, 2018; Ramos, 2023; Miskolci, 2021). Entre esses autores, Silveira (2015) ressalta que a ideia de que a internet incentiva a participação democrática e que esta participação é, em si, avançada e favorável às causas da justiça, liberdade e igualdade não se sustenta na realidade, posto que o que se observa nas redes é a prevalência do senso comum, normalmente influenciado pela força das ideias capitalistas da mercantilização extrema. Segundo o autor, à medida que a internet se tornou um espaço de mobilização, a extrema direita e suas várias subculturas brotaram e aprenderam a operar de

2 O Instagram fica atrás apenas do WhatsApp, em primeiro lugar, e do YouTube, em segundo lugar (Kemp, 2024).

3 Por extrema direita, entendemos que representa a heterogênea direita antissistema e autoritária contemporânea (Mudde, 2022). Descrita como direita populista radical pelo holandês Cas Mudde (2022), a direita observada é caracterizada pela aceitação da democracia e da soberania popular, mas se opõe constantemente aos elementos da democracia liberal, como os direitos das minorias e a separação de poderes.

acordo com seus valores, reforçando o senso comum alinhado aos seus princípios. Consequentemente, as publicações de páginas e ativistas de extrema direita viralizavam e atingiam um nível de compartilhamento muito superior aos de páginas de esquerda ou de partidos mais tradicionais.

Similarmente, Jair Ramos (2023, p. 3-4) atesta que a arquitetura das plataformas digitais se baseia na "ideia de economia da atenção, direcionando a construção de reputação e visibilidade sob a ótica de um modelo de mercado ideal concebido como um espaço competitivo e anti-institucional". Inserida nessa lógica *anti-establishment*, simbolizada especialmente no pensamento do ex-presidente Jair Bolsonaro e de seus apoiadores, a direita radicalizada online tem ameaçado constantemente a estabilidade democrática trazendo centralidade para discursos negacionistas, *fake news* e, junto a isso, o crescimento de figuras públicas negacionistas. A democratização da esfera digital contribuiu para superdimensionar vozes que se beneficiam de "polêmicas públicas [que] são detonadas a cada minuto na arena digital, o que acaba por 'dar plateia' a muitos novos simpatizantes de teses negacionistas" (Lima, 2020, p. 391).

No Brasil, isso é um agravante, pois a suposta democracia digital coexiste com os diversos problemas sociais, a exemplo das altas taxas de violência urbana e de gênero. A defesa pela flexibilização do acesso ao armamento civil é considerada uma das formas de discursos negacionistas altamente disseminados em rede, uma vez que desconsidera o consenso científico de que o aumento de circulação de armas eleva as taxas criminais (Cerqueira; Mello, 2013; Conti, 2017), além da comprovada importância do Estatuto do Desarmamento[4] na queda dos homicídios no Brasil (Soares; Cerqueira, 2015).

Com base nesse conjunto de fatores, perfis de formadores de opinião vinculados à extrema direita, como os armamentistas, cresceram nas redes sociais nos últimos anos. A nova arena online, portanto, é fundamental para o cenário contemporâneo de disse-

4 Cf. BRASIL. **Lei nº 10.826 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre registro, posse e comercialização de armas de fogo e munição, sobre o Sistema Nacional de Armas - Sinarm, define crimes e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [2003].

minação de ativismos políticos negacionistas, visto que as redes sociais possibilitam fácil viralização de conteúdos polêmicos, como o tema das armas.

Dentro e fora da arena digital, um fenômeno, no mínimo, intrigante tem surgido, associado aos novos avanços da extrema direita, ao *lobby* das armas e ao sentimento público de desesperança em relação à segurança estatal: a adesão feminina à causa da flexibilização do acesso às armas de fogo (Vechi, 2023; Melo, 2024, 2025). Um exemplo inescapável é a conquista de cadeiras no parlamento por armamentistas como Joice Hasselmann (PSL de 2018 a 2021; PSDB de 2021 a 2023), Carla Zambelli (PSL de 2018 a 2022; PL de 2022 a 2025) e Júlia Zanatta (PL desde 2020). No início de 2019, ao assumir o cargo de deputada federal, Joice Hasselmann declarou publicamente que "mulher armada é remédio para estuprador" (Mendes, 2019) e que, em breve, veríamos "a mulherada do meu país em cima do salto e com sua arma, como eu faço nos Estados Unidos" (Mendes, 2019).

Alguns pesquisadores das ciências sociais já produziram estudos sobre o fenômeno das mulheres armadas, temática que concentra mais estudos na literatura estadunidense devido ao seu contexto histórico e cultural singular nesse âmbito (Blair; Hyatt, 1995; Smith, T.; Smith, R., 1995; Homsher, 2001; Carlson, 2014a, 2014b, 2016; Gilpin; Thornton, 2018). No Brasil, são poucos os pesquisadores que abordaram o assunto da adesão feminina ao armamento (Vechi, 2023; Melo, 2024, 2025), evidenciando sua estreita relação com o *lobby* das empresas do setor de armas de fogo, os ideais políticos bolsonaristas e de extrema direita, a cultura pós-feminista[5] e a problemática da violência contra a mulher.

A bibliografia internacional sobre o tema, em geral, informa que a problemática da insegurança feminina foi um importante pretexto para a expansão da indústria de armas por meio de cam-

5 O pós-feminismo é entendido como uma sensibilidade cultural contemporânea que incorpora e, ao mesmo tempo, repudia os ideais feministas, de modo que as pautas de libertação das mulheres são assimiladas, mercantilizadas e esvaziadas de seu caráter político (Gill, 2007; Banet-Weiser; Gill; Rottenberg, 2020). É comumente usado para se referir à percepção social e cultural de que os objetivos fundamentais do feminismo já foram alcançados. O conceito será trabalhado com maior profundidade na seção do artigo denominada "Empoderamento pós-feminista".

panhas voltadas ao público feminino nos Estados Unidos (Blair; Hyatt, 1995; Smith, T.; Smith, R., 1995; Homsher, 2001; Carlson, 2014a, 2014b, 2016; Gilpin; Thornton, 2018). Iniciado em meados da década de 1980, o marketing promovido pelas figuras e associações pró-armas busca incentivar as mulheres a se armarem para evitar que sejam vítimas de ataques violentos. Desde então, as campanhas e demais conteúdos sobre o universo do tiro vêm se utilizando do desejo de empoderamento, da independência em relação aos homens e da necessidade de autoproteção. Além disso, Debora Homsher (2001) observa que a figura da mulher armada representa algo surpreendente para as sensibilidades modernas, em razão da desarticulação desses dois elementos no imaginário do senso comum, de modo que, 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.

Assim como a subcultura contemporânea da internet denominada *manosphere*[6] (Ging, 2017; Vilaça; d'Andréa, 2021), a *gunosphere* aqui tratada articula uma pretensa transnacionalidade com fortes marcações da cultura estadunidense e não constitui um grupo homogêneo e/ou consensual. Os aspectos abordados neste artigo sobre a *gunosphere* diferenciam-se, por outro lado, por não se tratar de um universo cuja maior parte da atividade ocorre em plataformas anonimizadas, como o *Reddit*, uma vez que esta pesquisa se baseia na rede de perfis armamentistas do Instagram. No contexto brasileiro, pesquisadoras já demonstraram o Instagram como um espaço midiático fértil para ritualizações e pedagogias de gênero publicadas por mulheres conservadoras e identificadas com a extrema direita (Teixeira, 2014; Rivetti; Galetti, 2026; Fontenelle; Galetti, 2026). Tais ritualizações ou performances digitais incluem o reforço essencialista da maternagem, a disseminação de discursos antifeministas e o uso da feminilidade patriarcal e do capital erótico, todos ancorados em uma concepção binária tradicional de gênero.

6 Rede heterogênea de diversas comunidades e fóruns online de interesses dos homens, majoritariamente composta por homens, brancos, heterossexuais, politicamente conservadores e jovens. A *manosphere* se organiza em torno "do movimento de direitos dos homens" e dos antifeminismos (Vilaça; d'Andréa, 2021).

Em rico diálogo com esta pesquisa, o trabalho de Gilpin e Thornton (2018) analisa as postagens do Instagram de meninas, na infância e adolescência, segurando armas de fogo. Publicadas por pais entusiastas da Segunda Emenda[7], as imagens exploram signos de empoderamento, feminilidade e valores familiares dentro da *gunosphere online*. Em minha pesquisa, utilizo o termo das autoras, adaptando o olhar analítico para a realidade brasileira. Nesse ínterim, é evidente o quanto os ativistas da extrema direita brasileira buscam constantes adaptações de práticas, discursos e estéticas da extrema direita dos Estados Unidos (Ramos, 2023), sendo o movimento brasileiro pró-armas um bom exemplo disso (Vechi, 2023).

São vários os exemplos de replicação de práticas e discursos estadunidenses por ativistas da direita radical brasileira, como a estética visual de comunicação, por meio dos memes, da linguagem irônica e agressiva e da fragmentação da informação em canais como Telegram e WhatsApp, além da reprodução do discurso anti-*establishment*, fortemente baseado nas guerras culturais. Assim, a adaptação do discurso pró-armamento civil é mais um exemplo, visto que a tradicional defesa armamentista da *National Rifle Association*, focada no nativismo e no combate à "tirania do Estado", foi adaptada no Brasil para o discurso da falência da segurança pública. Em consequência disso, o mesmo ocorre em relação ao armamento feminino, já que a estética da "mulher armada" estadunidense, focada na emancipação individual, na autossuficiência e na liberdade é adaptada no Brasil e moldada para capturar o eleitorado feminino conservador.

Baseada na rede social do Instagram, esta investigação se pautou na imersão digital nesse universo online por meio de uma conta do Instagram criada especificamente para acompanhar um conjunto de perfis da "comunidade" armamentista feminina, durante o ano de 2024. Foram catalogados os perfis de Instagram de circulação significativa de mulheres ativistas em defesa das armas de fogo e de organizações de incentivo ao armamento fe-

7 A Segunda Emenda (*Second Amendment*), aprovada em 1791, é a parte da Constituição dos Estados Unidos que protege o direito dos cidadãos norte-americanos de possuir e portar armas de fogo.

minino (cursos, projetos para tiro feminino, páginas de incentivo ou divulgação de mulheres armadas e perfis mistos)[8]. O tipo de observação pode ser compreendido como uma forma de "observação não-participante", posição chamada de *lurker* por Adriana Amaral (2010), considerada como a estratégia mais adequada para mergulhar nesse universo por meio da conta-pesquisa, sem receber bloqueios, denúncias, contestações ou demais impasses que poderiam inviabilizar a investigação ou mesmo colocar a pesquisadora em risco.

A pesquisa também se voltou à análise dos discursos (fotos, vídeos e textos) presentes nos perfis mapeados no que tange aos assuntos de gênero, às armas de fogo e às violências urbana e contra a mulher. Os perfis foram manualmente mapeados por meio da barra de pesquisa do Instagram, utilizando palavras-chave como "mulher armada", "mulheres armadas", "mulheres e armas", "armada" e "armadas". Com base na identificação de contas voltadas para o armamentismo feminino, novos perfis desse tipo foram encontrados entre os seguidores, nos comentários, nas publicações, nas relações demonstradas, na divulgação de atiradoras e na aba de sugestões, em um processo semelhante ao da técnica de "bola de neve". A "bola de neve" é uma técnica utilizada em pesquisas qualitativas que se baseia na ideia de que os membros da população em estudo estão conectados por compartilharem interesses em comum (Ribeiro; Maliszewski; Martins, 2024). No contexto das redes sociais, essa estratégia possibilita que um perfil leve à identificação de outros perfis que compartilham características semelhantes, formando uma rede de casos que atende aos critérios definidos para a pesquisa. Por fim, o mapeamento teve início em janeiro de 2024 e foi encerrado em outubro do mesmo ano, em razão do cronograma da pesquisa.

É fundamental destacar que os discursos que estão sendo observados nesta pesquisa são, em grande parte, performances, uma vez que são produzidos para divulgação em perfis públicos

8 Os perfis de personalidades selecionados para acompanhamento foram de mulheres civis e policiais. As parlamentares armamentistas não foram incluídas na análise, tanto por já haver literatura sobre mulheres parlamentares da extrema direita quanto porque o jogo político institucional congressista influencia, em certa medida, o posicionamento, o patrocínio e a atuação das parlamentares, fugindo à proposta desta pesquisa.

que buscam engajamento e ampla circulação na internet. Além disso, muitos desses perfis projetam ganhos com os discursos, sejam eles econômicos ou políticos, com base na repercussão desses conteúdos. Os perfis individuais de maior circulação entre os mapeados podem ser compreendidos como influenciadoras digitais, especialmente aquelas que possuem parcerias com empresas ou que representam a própria empresa.

As mulheres analisadas são figuras públicas cujas identidades, trajetórias e informações pessoais são de conhecimento acessível ao público, divulgadas voluntariamente nas redes sociais, com intuito de visibilidade e viralização. A pesquisa foi conduzida com respeito à imagem das mulheres analisadas, baseando-se apenas em declarações públicas publicizadas por elas mesmas e, ao longo do artigo, não serão mencionados seus nomes, nem exibidos seus rostos. Por esse motivo, as citações de legendas publicadas nos perfis analisados não serão referenciadas.

2. *Gender displays*: as exibições de gênero segundo Goffman

Erving Goffman (1979) fornece às ciências sociais o aporte teórico das exibições de gênero, chamadas originalmente por ele de *gender displays.* Ao fazer um estudo das hiper-ritualizações de gênero presentes nas imagens de propagandas em *Gender Advertisements* (1979), Goffman observa encenações que exageram diferenciações e produzem estereótipos de gênero. O autor analisa um grande número de imagens publicitárias veiculadas em revistas e outras mídias visuais da época, no intuito de compreender como os gêneros são representados na publicidade.

Com base no estudo, Goffman (1979) descreve seis classificações de representação de gênero nos anúncios comerciais: tamanho relativo; toque feminino; *ranking* de função; a família; a ritualização da subordinação; e licença para ausência[9]. Marcadas pelas imagens publicitárias de meados do século XX, essas categorias reproduzem, resumidamente, os seguintes estereótipos

9 No original: *relative size; feminine touch; function ranking; the family; the ritualization of subordination*; and *licensed withdrawal* (Goffman, 1979).

de gênero: mulheres representadas em tamanho menor que os homens, como expressão de posição de poder e *status*; toque feminino gentil e delicado, tocando a si mesma ou aos objetos de maneira fragilizada; mulheres em posições subordinadas ou dependentes; representações de famílias em que homens são provedores e mulheres são cuidadoras primárias da casa e da família; mulheres em poses de vulnerabilidade, fraqueza e disponibilidade do corpo, geralmente deitadas ou agachadas; e mulheres desconectadas do que acontece ou sem o controle da situação (Goffman, 1979). Sinteticamente, essas foram as conclusões que seu material empírico revelou.

Goffman segue "a perspectiva da não neutralidade da construção imagética" (Carrera, 2020, p. 24), adotada nesta pesquisa. Dessa maneira, "qualquer produção imagética revela um processo de dramatização. Isto é, qualquer fotografia, seja ela publicitária ou para circulação particular, obedece a processos de construção similares, nos quais uma ação narrativa se desenvolve" (Carrera, 2020, p. 24). Os *gender displays* ou exibições de gênero tratam-se de descrições convencionalizadas de construção do masculino e do feminino, que são simbolicamente exageradas e estilizadas, conforme o que é encontrado no mundo social percebido.

Na introdução de *Gender Advertisements*, Vivian Gornick aponta que:

> Os anúncios publicitários retratam para nós não necessariamente como realmente nos comportamos como homens e mulheres, mas como pensamos que homens e mulheres se comportam. Essa representação serve ao propósito social de nos convencer de que é assim que homens e mulheres são, ou querem ser, ou deveriam ser, não apenas em relação a si mesmos, mas em relação a uns aos outros[10] (Goffman, 1979, p. vi, tradução nossa).

Nesse sentido, com base no foco dado aos símbolos de diferenciação de gênero, essas exibições públicas caem nos estereótipos. Carrera (2020) atualiza a análise de Goffman (1979)

10 No original: "*Advertisements depict for us not necessarilv how we actuallv behave as men and women but how we think men and women behave. This depiction serves the social purpose of convincing us that this is how men and women are, or want to be, or should be, not only in relation to themselves but in relation to each other*".

para a cibercultura, mostrando como a teoria dos *gender displays* se renova no contexto das redes sociais. De maneira ainda mais profunda na contemporaneidade, tais hiper-ritualizações se atualizam com a emergência das individualidades publicizadas pelas plataformas digitais para a criação de posts direcionados, personalizados e subjetivos.

Nas representações de exaltação das mulheres armadas, observa-se um paradoxo nas exibições de gênero que complica e complexifica a formulação proposta por Goffman (1979), na medida em que essas performances ora mobilizam signos, termos, expressões e símbolos associados ao feminismo e ao progressismo, ora publicizam e reafirmam os estereótipos de gênero. Em alguns momentos, "nada as define"; em outros, são precisamente os padrões convencionais de feminilidade que as representam.

Embora a ciberpublicidade não seja uma prática profissional que engloba todos os perfis observados, a grande maioria deles trabalha com ela. Porém, o que é mais importante que isso é que a própria característica dos perfis de figuras públicas já emprega uma performance semiótica do "eu", atributo essencial das redes sociais – especialmente o Instagram, rede social totalmente pautada em fotos e vídeos. Fontes (2023) aponta que o Instagram, pela sua ênfase estética, dota os influenciadores digitais e seus usuários, em geral, de competências fundamentais para a criação de autorretratos e de discursos persuasivos, visualizados por um grande número de pessoas. Assim, ao influenciar representações de consumo para nichos de mercado, a projeção estratégica da imagem dessas figuras públicas no Instagram relaciona-se diretamente com a proposta de Goffman (1979) aqui adotada.

3. A *gunosphere online* feminina do instagram

Segundo Goffman (1979), os *displays* podem ser multifocais e polissêmicos, ou seja, mais de uma informação pode estar neles codificada. As imagens publicizadas pelas armamentistas no Instagram articulam, a priori, símbolos divergentes, além de *lifes-*

tyles e narrativas pessoais de forma chamativa e questionadora, buscando gerar choque e fascínio nos expectadores. Como será melhor discutido ao longo desta seção, ao mesmo tempo em que as integrantes da *gunosphere online* feminina aderem a performances e atitudes de gênero atreladas ao ideal padrão de feminilidade, conforme o senso comum acerca do comportamento dos gêneros, elas também buscam subverter o que há de passivo nesse *display* esperado das mulheres em geral.

Nesse sentido, podemos compreender o ideal padrão de feminilidade como o que Raewyn Connell (1987) chama de feminilidade enfatizada[11], que seria análoga – mas não equivalente – ao seu conceito de masculinidade hegemônica. Isto é, o ideal de feminilidade que gira em torno da adequação à subordinação sofrida na ordem de gênero em relação aos homens e que, dessa maneira, é orientada para acomodar os interesses e desejos dos homens. Podemos interpretá-lo como o formato normativo, padrão e aceito de "ser mulher" na sociedade patriarcal, que, decerto, está intrinsecamente relacionada à masculinidade hegemônica.

Os comportamentos e exibições sociais de quem se é e como as armamentistas pretendem ser enxergadas são estratégias performáticas em direção a uma versão de mulher combativa, forte, atlética, multifuncional e autossuficiente. Ainda assim, há uma expressividade de gênero estratégica voltada à ritualização do comportamento feminino conservador, atrelado à feminilidade enfatizada (Connell, 1987). Nas palavras de Goffman (1979, p. 2, tradução nossa): "pode-se argumentar que, embora o comportamento ritualizado em situações sociais possa mudar acentuadamente ao longo do tempo, especialmente em conexão com a politização, os estilos identificatórios estarão menos sujeitos a mudanças"[12].

Mais à frente, as observações acerca da produção semiótica das integrantes da *gunosphere* ficarão esmiuçadas, com foco em três tipos distintos de contas de personalidades dessa *gunosphere online* feminina. A fim de garantir diversidade na análise, foram selecionados os perfis com maior número de seguidores de uma

11 Tradução livre para *emphazised femininity*.

12 No original: "*It can be argued that although ritualized behavior in social situations may markedly change over time, especially in connection with politicization, identificatory stylings will be least subject to change*" (Goffman, 1979, p. 2).

influenciadora digital patrocinada por empresas do ramo das armas de fogo, de uma policial militar e de uma advogada armamentista sem patrocínios[13]. O critério de seleção adotado foi o número de seguidores dos perfis da policial (212 mil seguidores), da influenciadora patrocinada (179 mil seguidores) e daquela que não é patrocinada (132 mil seguidores). De cada uma das contas, foram coletadas para a análise dos discursos as 50 publicações mais recentes que se enquadravam no escopo da pesquisa. Assim, para serem selecionadas, as postagens deveriam versar sobre mulheres, feminilidades ou armas de fogo. Para a análise, as legendas foram copiadas, os vídeos transcritos e as imagens descritas. As categorias criadas para análise foram: mulher; homem; família; religião; violência urbana; política; expressões e pautas oriundas do feminismo; e forças da segurança pública.

Como fenômeno mundial, os influenciadores digitais são importantes mediadores simbólico-ideológicos da era digital (Fontes, 2023). Veiculando discursos neoliberais, incentivam seus seguidores a "superarem desafios, ultrapassarem adversidades, procurarem independência, acreditarem em si próprias, explorarem o seu potencial, criarem os seus próprios negócios e assumirem o controle das suas trajetórias de vida" (Fontes, 2023, p. 122). Constituídos por conteúdos individualizados, coloridos por experiências pessoais e potencialmente "sedutores", os perfis de influenciadores também podem manifestar opiniões políticas que promovem ideologias extremistas, antidemocráticas ou teorias da conspiração, aprofundando a polarização política dos indivíduos e divisões na sociedade.

Igualmente, no universo online estudado, percebeu-se que as figuras públicas individuais recebem maior destaque do que iniciativas e projetos voltados ao armamento feminino. A atividade dessas mulheres no Instagram está intimamente atrelada ao papel de influenciadoras digitais, pois, além de produzirem

13 Não mencionarei os nomes das mulheres armamentistas estudadas, mesmo sendo figuras públicas. Primeiramente por não haver espaço para realizar uma discussão aprofundada sobre cada uma delas individualmente neste texto, como também pelo objetivo de a escolha dos perfis exemplares ser devido às suas formas de atuação na rede social e sua ligação ou não com o mercado de armas e, consequentemente, seus padrões de ação discursiva. Assim, me referirei a elas pelas suas atividades profissionais: influenciadora digital; policial militar; e advogada ou armamentista sem patrocínios. Os termos *influencer* e influenciadora digital serão usados como sinônimos ao longo do artigo.

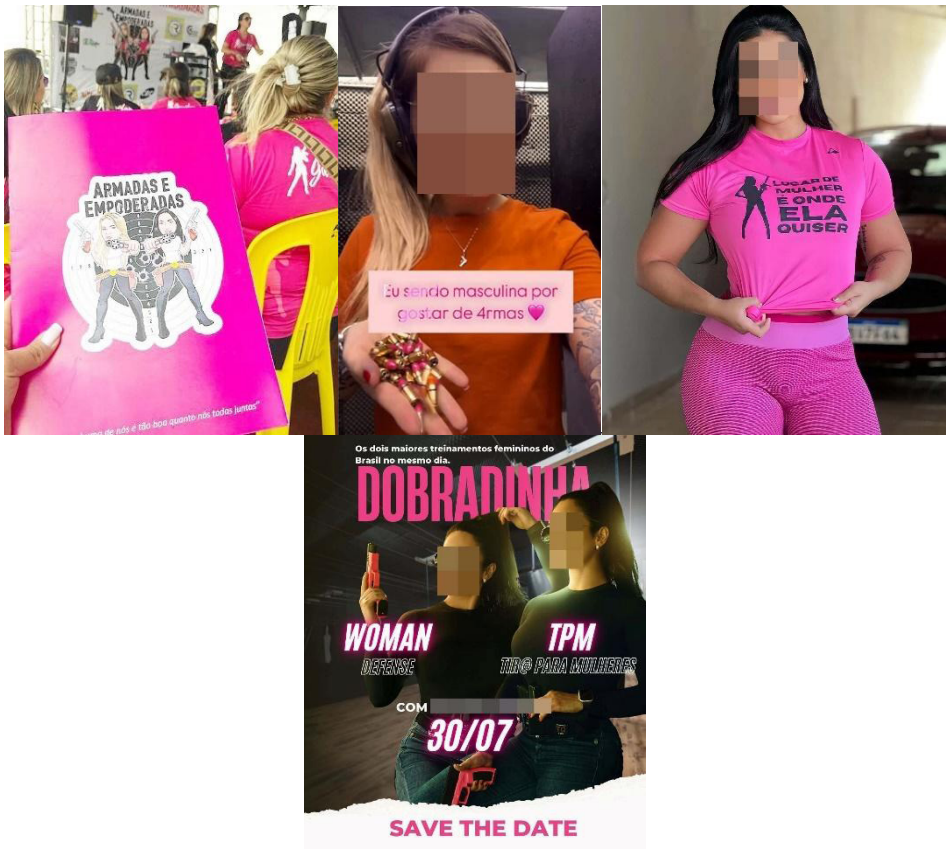
discursos políticos sobre armas, também possuem um apelo íntimo para seus seguidores. Nesse meio densamente afetivo e emocional (Miskolci, 2021), elas falam sobre assuntos de família, temas pessoais referentes ao "universo feminino" e divulgam lojas e produtos. Algumas são patrocinadas ou mesmo embaixadoras de grandes marcas de pistolas e revólveres, como Glock, Taurus e Companhia Brasileira de Cartuchos (CBC). Uma delas possui sua própria marca de armas. Além disso, é necessário destacar que as marcas e projetos mapeados mantêm relações ou mesmo parcerias com boa parte das mulheres influenciadoras. Essas marcas vendem cursos, roupas, joias e acessórios para mulheres atiradoras, enfatizando que o intuito das vestimentas comercializadas é "valorizar as curvas das mulheres".

O universo de perfis da *gunosphere* é composto por contas do Instagram dedicadas a incentivar o armamentismo para mulheres, administradas por mulheres civis (Colecionador, Atirador Desportivo ou Caçador – CACs) e policiais. Todas são figuras públicas e atiradoras de tiro prático esportivo, sendo que a maioria atua como instrutora de tiro e algumas se dedicam à carreira de atletas de *International Practical Shooting Confederation* (IPSC). Apesar de possuírem um perfil parecido, elas se diferenciam em certos pontos. Alguns perfis são mistos, ou seja, envolvem a vida pessoal, o tópico das armas e outras atividades profissionais – advocacia, empresarial, empreendedorismo, psicologia ou marcas de acessórios com estética das armas de fogo, por exemplo. Algumas mulheres destinam seu perfil mais à dedicação profissional com o universo das armas de fogo, divulgando eventos, alterações na legislação e demais atividades em clubes de tiro. Por fim, outras possuem um conteúdo mais politizado em relação ao acúmulo do debate armamentista nacional e internacional.

No que tange à totalidade dos perfis, há um apelo evidente para o que é entendido no senso comum como feminilidade e atributos do "universo feminino", referentes à normativa feminilidade enfatizada (Connell, 1987). Para além das analogias dos nomes dos

eventos, o uso massivo da cor rosa é observado em grande parte das fotos das contas do Instagram, entre vestimentas, decoração, símbolos, edição de fotos e publicidade (Figuras 1 e 2).

Figura 1 – Publicações diversas dos perfis pessoais e cursos de tiro feminino



Fonte: composição elaborada pela autora com base em imagens divulgadas, em 2025, no instagram das figuras públicas analisadas.

Há uma grande tendência de identificação entre essas mulheres com a religião cristã, junto a um apelo frequente à dimensão da família nuclear e um cuidado com a questão da estética feminina padrão. Em geral, as mulheres aparecem notavelmente maquiadas, com cabelos e unhas feitos e demonstram preocupação com vestimenta e atividade física em seus conteúdos. A preservação da sensualidade também aparece de forma recorrente nos perfis. As Figuras 1 e 2 ilustram esses apelos aos atributos da feminilidade enfatizada (Connell, 1987).

Figura 2 – Publicações sobre "look feminino e porte velado"

Fonte: composição elaborada pela autora com base em imagens divulgadas, em 2023, no instagram de figura pública analisada.

A embaixadora da empresa Glock, que também é influenciadora digital, por exemplo, é bastante conhecida no meio armado feminino por divulgar estratégias de "porte velado" de revólveres e pistolas por meio de um "*look* feminino" (Figura 2). Esta é uma maneira de a mulher transitar com sua arma de fogo preservando as "características femininas" de sua aparência como mulher, visto que esta é uma dimensão fundamental. A embaixadora também costuma utilizar esse tipo de publicação para fazer publicidade para uma loja de produtos para a mulher "armífera", que a patrocina. Tais propagandas se assemelham ao marketing voltado para mulheres da fabricante norte-americana Smith & Wesson na década de 1990, analisado por Blair e Hyatt (1995), no qual a famosa defensora do empoderamento feminino armado Paxton Quigley foi escolhida como modelo para as campanhas para o público-alvo feminino. De maneira semelhante, segundo as autoras, "uma atraente loira com cerca de quarenta anos, parece ser o modelo perfeito, exalando independência enquanto mantém um apelo feminino e sedutor"[14] (Blair; Hyatt, 1995, p. 118, tradução nossa).

Além disso, dentro desse universo feminino armamentista, nota-se a circulação de expressões oriundas do feminismo em suas publicações. Alguns exemplos são: "lugar de mulher é onde

14 No original: "*Quigley, an attractive, fortyish blonde, seems to be the perfect role model, exuding independence while maintaining a feminine sex appeal*".

ela quiser", "mulheres juntas são mais fortes" e críticas à noção de mulher como "sexo frágil" (Figura 1). Antes de mais nada, o discurso de recusa ao lugar da vulnerabilidade é algo fundamental. Consonante a isso, a figura da "mulher guerreira", que não é algo novo no imaginário social, é altamente valorizada. Em tintas semelhantes, Fontenelle e Galetti (2026), ao analisarem conteúdos publicados por parlamentares antifeministas no Instagram, como Ana Campagnolo e Priscila Costa, concluíram que a plataforma favorece a apropriação conservadora de linguagens feministas, o que tensiona a retórica de empoderamento e a reprodução de hierarquias de gênero.

Em relação ao emprego do termo "empoderamento feminino" como ponto-chave, há o exemplo de uma publicação de um dos perfis em que uma mulher, em um vídeo, simula um assalto a um carro ocupado por duas mulheres, perpetrado por um homem. A postagem corrobora o discurso do empoderamento feminino e da defesa do armamento civil como tática de combate à violência sofrida pelas mulheres, por meio da seguinte legenda: "Em um mundo onde a segurança é uma preocupação constante, o empoderamento feminino através do armamento é mais relevante do que nunca. Hoje, vamos discutir: se você fosse assaltada no trânsito, o que faria?".

Figura 3 – Imagem de um pé com salto alto lilás e do outro com um coturno

Fonte: imagem publicada, em 2021, no instagram de uma das figuras públicas analisadas.

Dentro desse discurso de libertação pessoal dos estereótipos de passividade feminina, um dos achados mais relevantes durante o processo de investigação da produção discursiva imagética e escrita dos perfis foi de uma certa conciliação de "tipos" de feminilidade. Esse exercício de conciliação, por diversas vezes, é ressaltado por elas mesmas. As mulheres armamentistas em geral buscam publicizar uma imagem de feminilidade conservadora, doce, familista, vaidosa, graciosa, sensual, altamente preocupada com a aparência "feminina" e cristã – atrelada à feminilidade enfatizada (Connell, 1987). No entanto, paralelamente a isso, há dedicação à divulgação da figura da mulher forte – no sentido físico e no sentido emocional/psicológico –, independente, combativa, séria, diferente das "outras", impetuosa, confrontadora, determinada, destemida e preparada para o exercício da violência quando julgar necessário. Uma imagem divulgada por uma das mulheres que é representativa desse aspecto da *gunosphere* feminina é uma foto em que ela veste um sapato de salto lilás em um pé e no outro um coturno (Figura 3), simbolizando a conciliação das feminilidades tradicionais e combativas. O texto que enquadra a postagem da foto é: "Eu e as duas mulheres que habitam em mim". Mostra, assim, a mulher brava, que atira, e a mulher feminina, que sabe se vestir como uma mulher deve. Tal negociação da exibição de suas personalidades digitais não se apresenta como algo contraditório, incoerente ou mesmo incompatíveis às suas moralidades. Pelo contrário, essa intermediação de exibições de feminilidades é ressaltada e valorizada por elas.

Finalmente, os argumentos em favor do porte de arma e do tiro desportivo mobilizados pelos perfis estão, em geral, relacionados à associação entre a posse de armas, a liberdade, o direito à legítima defesa e a cidadania. Além desses, destacam-se os seguintes: a defesa de que armas não matam, mas pessoas que matam; as armas como instrumento de defesa da família; a necessidade de se armar para não terceirizar sua segurança; e as armas destinadas aos "cidadãos de bem", em oposição aos criminosos. Ao examinar os argumentos direcionados especificamente às mulheres, obser-

vam-se discursos de empoderamento, defesa da família e do lar, autodefesa, independência das forças oficiais do Estado em casos de violência contra a mulher – descritas como ineficientes – e o encargo fundamental de estar preparada para defender os filhos.

Além disso, não foram constatadas quaisquer observações sobre os riscos da arma de fogo nas relações de gênero, isto é, como instrumento utilizado para cometer feminicídios. Apesar das diversas campanhas de conscientização sobre a violência contra a mulher e a desigualdade de gênero, não houve qualquer reconhecimento dos riscos de violência armada em lares onde a violência doméstica é uma realidade. Mesmo que os discursos se voltem em boa parte para autodefesa feminina e combate ao feminicídio, o dado que a arma é o instrumento que mais se usa para agredir e assassinar mulheres (Instituto Sou da Paz, 2022) não é mencionado.

3.1 Discursos das mulheres armamentistas no instagram: a influenciadora digital, a policial militar e a advogada

Figura 4 – Imagens da influenciadora digital, da policial militar e da advogada, respectivamente

Fonte: composição elaborada pela autora com base em imagens divulgadas, em 2025, no instagram das figuras públicas analisadas.

A *influencer* é atiradora, palestrante, lutadora e instrutora de defesa pessoal para mulheres, além de proprietária de uma academia de luta para mulheres. Seu perfil é dedicado a divulgar seu

trabalho como instrutora de defesa pessoal feminina, seja por meio da capacitação em tiro, seja em artes marciais. Esse trabalho é, a todo momento, atravessado pelas publicidades pagas, destacando-se aquelas feitas para a manufatureira de armamentos Taurus Brasil. As hashtags que a influenciadora mais usa são: "#NãoSejaComum", "#MulheresFortes" e "#MulheresPreparadas". Entre elas, a hashtag "#NãoSejaComum" endossa uma divisão moralizante entre mulheres comuns, aquelas que não sabem se defender de ataques violentos, e mulheres fortes, poderosas e independentes. Estes seriam os atributos que as "incomuns", seguidoras das técnicas vendidas por ela, compartilham e, por isso, seriam uma parcela especial de mulheres. Seu discurso ressalta uma força feminina que seria adquirida ou potencializada por meio da capacitação em tiro e em luta corporal.

Por diversas vezes, a *influencer* ressalta que o fato de atirar ou praticar artes marciais não "masculiniza" uma mulher, mas na verdade revela um outro lado dessa mulher. Ou seja, uma mulher que luta, que atira, não deixa de ser feminina. Ela ainda usa maquiagem, vestido, salto alto, batom vermelho e demais signos referentes à aparência feminina tradicional. Portanto, os dois polos das expressões de gênero, "masculinidade" e "feminilidade" convencionais, são balançados, mas se mantêm firmes no final. Em sua linha de pensamento, ser "feminina" é diferente de ser forte, ousada, corajosa, confiante e determinada; por isso, considera seu ideal de "ser mulher" incomum. Em uma das publicações com fotos para um ensaio da empresa Taurus, a legenda afirma: "SEJA uma mulher forte, ousada, independente e preparada em todos os sentidos. O MEU CURSO com defesa pessoal e instrução de tir0 para mulheres oferece esse PODER. Vem comigo?".

Em seguida, a policial militar dá cursos operacionais para profissionais da segurança pública, englobando a Guarda Municipal e as polícias Militar, Civil, Federal e Penal. Além disso, atua como palestrante, *coach*, instrutora de tiro e influenciadora digital, visto que já estabeleceu parcerias publicitárias com algumas empresas do ramo de equipamentos militares. Um dos lemas mais difundi-

dos pela militar é o de inspirar mulheres para a carreira policial e para o serviço operacional, nos quais acredita que deva haver mais representatividade feminina. A policial ministra ciclos de palestras motivacionais para mulheres colegas de farda e se exibe como uma espécie de heroína, destacando-se por ser, simultaneamente, policial e mulher ao mesmo tempo em que ocupa uma posição de destaque nessa interseção.

Seu discurso, ao falar do lugar da mulher na sociedade, abraça boa parte da agenda feminista. Apesar dela já ter declarado que não é feminista, as propostas de: políticas públicas, igualdade salarial, fortalecimento no mercado de trabalho, representatividade nos espaços de poder, união feminina e combate à desigualdade de gênero, demonstram a aderência à agenda "pró-mulher". Em especial, o combate ao feminicídio, à violência doméstica e à desigualdade de gênero são tópicos abordados com frequência pela policial. O princípio da autodefesa feminina manifesta-se, principalmente, no curso de capacitação em tiro ministrado por ela, voltado exclusivamente para mulheres, o que corrobora o pensamento de que elas devem buscar preparo suficiente para não se tornarem vítimas, perspectiva também defendida pela *influencer*. Segundo ambas, seus cursos incutem uma mudança de mentalidade nas mulheres, oferecendo justamente o que elas precisam para se tornarem fortes, preparadas e jamais vítimas. A policial defende que a arma equaliza as forças entre um criminoso e uma pessoa de bem e que, inclusive, seria o único instrumento que impediria um estuprador de cometer um crime sexual.

No entanto, mesmo estando alinhada a uma concepção de mulher que rompe determinados padrões da feminilidade enfatizada, a policial inspira-se explicitamente em mulheres conservadoras como Michelle Bolsonaro – a ex-primeira-dama e atual presidenta do PL Mulher (Partido Liberal) –, tendo comparecido ao encontro do PL Mulher e endossado a fala da ex-primeira-dama em uma publicação de vídeo: "queremos mulheres que façam a diferença com o feminino, não com o feminismo. Cuidar da casa, do marido, dos netos e trabalhar fora, nada disso nos diminui como mulher".

A advogada, por sua vez, também atua como despachante bélica, instrutora de tiro, servidora pública e empresária do ramo da moda. É uma das idealizadoras do projeto de tiro feminino "Armadas e Empoderadas", além de ser grande entusiasta das atividades de caça e pesca. Tem o costume de enfatizar como ela é "iluminada", especial, guerreira e virtuosa. Não raramente com referências religiosas nas legendas, ela se exibe como uma mulher de sucesso, que já passou por diversas superações para atingir seu *status*.

Há um rito de passagem para alcançar o *status* de mulher alfa. Nesse sentido, a figura de mulher idealizada que ela exalta e busca exibir é o de uma mulher diferenciada. No que tange ao atributo "diferencial", ela enfatiza o par de oposição de fracas e fortes; sendo fortes as de sua sociabilidade, e fracas aquelas que se incomodam com seu estilo de vida como mulher. Nesse enquadramento, a arma de fogo é um instrumento essencial na subversão da feminilidade fraca e comum. Paralelamente, a semiótica revela um leve apelo para a sensualidade e o fascínio da mulher que usa armas. Decerto, a instrutora acredita no armamento individual como estratégia eficaz de autodefesa, pensamento bem representado por uma de suas frases mais comumente publicadas: "quando a presa está armada, seu predador dorme com fome".

Ademais, por meio de discurso similar ao da policial, a advogada apoia publicamente boa parte da agenda do movimento feminista – liberdade feminina, representatividade feminina, inclusão nos diversos espaços e quebra de estereótipos negativos –, mas rejeita o próprio movimento, apresentando-se estritamente como *feminina* e defensora das mulheres. Assim, por meio de seu Instagram, a armamentista constrói uma exibição de gênero que a diferencia da maioria das mulheres comuns, mas que também a diferencia das feministas, uma vez que estas não valorizariam o *feminino* e incitariam o descrédito ou o ódio aos homens.

3.2 A vitrine da mulher armada e sua produção semiótica

Diante do exposto, com base na análise das publicações, percebeu-se que a exibição de gênero da *influencer* é a mais voltada para a produção semiótica, mantendo sempre coesa sua imagem de mulher armada, fatal, sensual e fascinante, cristalizada no *slogan* "doce, mas nunca dócil". A construção de uma imagem de desvio do estereótipo da docilidade feminina é, também, bem quista pelas marcas do mundo do tiro e do armamento, pois chama a atenção de mulheres e homens. Assim, a influenciadora digital vende esses signos de empoderamento feminino armado, pois, acima de tudo, eles atraem patrocínios importantes. Um exemplo disso é a grande armamentista Taurus, que patrocina a lutadora e produz ensaios fotográficos hipersexualizados da "mulher armada fascinante", associando a imagem e o histórico da *influencer* à marca. Afinal, a imagem feminina hipersexualizada é, com frequência, mais lucrativa do que uma propaganda de conscientização sobre violência de gênero. Desse modo, apesar dos cursos e das palestras de autodefesa para mulheres promovidos pela *influencer*, as publicidades e as atividades patrocinadas recaem no estereótipo da mulher como objeto de desejo e fascínio masculino.

O comportamento exibido pelas vitrines do perfil da advogada mostra algo parecido. Ela também se coloca como um tipo de mulher especial e empoderada – como o próprio nome do seu projeto –, diferente da maioria. No entanto, ela constrói essa narrativa de si de maneira mais meritocrática, com textos de autoaperfeiçoamento, nos quais exalta suas superações com base em determinados atributos singulares que possuiria como mulher diferenciada. A venda da imagem de uma mulher empresária bem-sucedida também se encaixa nisso.

Esse tipo de discurso, também chamado de auto-otimização, não é novidade e já foi observado por Rivetti e Galetti (2026) ao analisarem as declarações meritocráticas de Joice Hasselmann (ex-deputada da extrema direita) no Instagram, para a venda de um estilo de vida *fitness* e projetos de emagrecimento vinculados a um "capital erótico". Tal discurso neoliberal de auto-otimização

ou autoaperfeiçoamento tem a intenção de "corroborar a crença de que qualquer pessoa pode subir social e politicamente apenas com seu esforço individual"[15] (Rivetti; Galetti, 2026, p. 308, tradução nossa), enquanto ignora as barreiras estruturais que dificultam que a maioria das mulheres alcance tais padrões.

Assim, a exibição da advogada, que se percebe como uma mulher diferenciada – e superior às demais mulheres –, construída por meio de uma trajetória de autoaperfeiçoamento e superação, é também reflexo do empreendedorismo de si incentivado pelas plataformas (Miskolci, 2021). Em consonância com isso, a advogada e a policial se assemelham na divulgação da postura de mulher exemplar no que faz, que está deixando um legado importante em sua localidade.

Por outro lado, o *display* de gênero da policial apresenta alguns atributos diferentes em relação às demais, pois ela atua como profissional das forças de segurança, uma profissão histórica e culturalmente atrelada à masculinidade, ao serviço truculento e "para homem". Desse modo, sua exibição de gênero rompe expectativas sociais atreladas tanto ao universo das armas quanto à feminilidade tradicional pudica e à própria profissão militar. Além disso, ela se mostra como uma figura exemplar na carreira militar, servindo de inspiração para mulheres e homens.

Em seguida, apesar de enfatizar a imagem de mulher "turrona", brava, combativa, com potencial de exercer violência, em fotos e vídeos fora do contexto de trabalho, ela busca performar a feminilidade tradicional, por meio do uso de salto alto, maquiagem, batom vermelho, vestimentas justas ao corpo, entre outros elementos. Enquanto isso, em eventos das forças militares em que a policial frequenta, outras profissionais não costumam fazer uso do mesmo tipo de vestimenta, sendo mais comuns roupas largas e confortáveis, além de menor preocupação com uma estética feminina altamente vaidosa.

15 No original: "[...] *corroborar la creencia de que cualquier persona puede ascender social y políticamente solo con su esfuerzo individual* [...]".

Com base na teoria dos *displays* de gênero de Goffman (1979), os comportamentos rituais e as performances das mulheres desta pesquisa buscam apetecer outras mulheres que estão em busca de uma postura forte, empoderada, ativa e combativa, de modo a atraí-las para o universo do tiro e da autodefesa feminina. Percebe-se que elas se colocam em um lugar especial frente às mulheres em geral e, por outro lado, fazem um aceno à maneira que a direita política, a ideologia conservadora e os grupos religiosos cristãos as percebam com base na identidade social que compartilham da "mulher". Dessa maneira, nas redes sociais das três mulheres, observa-se uma conciliação de "duas personalidades" ou de dois polos de suas personalidades – fator que é mais presente nas exibições da *influencer* e da advogada. Por um lado, há a dimensão associada a uma feminilidade enfatizada: mais doce e "feminina" e que preza por certos valores tradicionais, como a família nuclear e a religião cristã. Por outro lado, há a dimensão atlética, transcendental, bruta, imbatível, sensual, que rompe estereótipos tradicionais de fragilidade e pacifismo feminino. Essa combinação de exibições de gênero resulta em uma nova forma de feminilidade: uma feminilidade armada.

Assim, a dramatização presente nas imagens, vídeos e textos analisados constrói uma narrativa sobre o ideal de "ser mulher" que cada uma ali pretende publicizar em seu perfil: o ideal da mulher armada. Os *displays* ou exibições de gênero das armamentistas atuam na construção simbolicamente exagerada de um feminino armamentista fascinante, que as coloca em um lugar diferente, especial e novo, por vezes até heroico. De modo distinto do que observa Goffman (1979) em relação à hiper-ritualização da feminilidade convencional nas publicidades, aqui, nas produções imagéticas do Instagram, os *gender displays* estão por vezes confrontando e por vezes confirmando expectativas sociais de gênero. Embora haja uma expressividade de gênero voltada à ritualização do comportamento feminino conservador, as encenações que transgridem as normas do gênero são diversas. Então, a representação de mulheres em posições submissas,

vulneráveis, dependentes, delicadas e com olhar desviado, por exemplo, não se faz presente aqui. No entanto, outros estereótipos de exibições de gênero são reforçados pelas expressões e postura das armamentistas, como o foco na beleza e na aparência física como atributos essenciais e a sexualização.

Diante do exposto, há a exibição de uma performance de superação, de uma mulher que transcende o que se esperava dela, o que lhe foi imposto ou o que fizeram dela. O discurso de transformação pessoal é algo muito presente. Há uma performance do "despertar" para a mulher forte, corajosa, dona de si e empoderada. A proposta é de confrontar a posição de vítima associada às mulheres, que, de fato, são frequentemente vítimas de feminicídio e de outras formas de violência. Nesse sentido, as armamentistas buscam contrapor essa imagem. Confrontando um contexto de vitimização de gênero arrebatadora, observa-se que, nesse deslocamento, as mulheres passam a ocupar o lugar de poder sobre o outro corpo e de potencial exercício da violência. Nesse sentido, haveria um "despertar" para essa condição. Segundo Carlson (2016), essa rejeição da presunção pacifista não somente transforma o uso dos corpos femininos, como também leva as mulheres a fortalecerem uma narrativa de individualismo liberal.

O emprego dessa imagem fascinante e ligeiramente erotizada de uma mulher armada é descrito por Homsher (2001) como uma combinação de poder e transgressão, desafiando estereótipos tradicionais de feminilidade. Ou seja, apresenta-se uma figura feminina forte e independente, no controle, em oposição à feminilidade estereotipada da mulher vulnerável ou submissa. Essa figura da mulher armada é promovida de maneira intrigante, frequentemente misturando poder e sedução, o que chama a atenção do espectador por desafiar o senso comum. Portanto, a força da mulher que possui armas e sabe usá-las transforma a narrativa sobre o objeto e sobre quem exerce poder e violência. Como afirma Carlson (2016, p. 93), as armas são objetos contraditórios, uma vez que são simul-

taneamente símbolos de perigo e empoderamento. Elas podem tanto ameaçar quanto proteger. Além disso, são marcadas como instrumentos masculinos, mas que, recentemente, vêm sendo reposicionadas como parte da feminilidade destemida e indomável.

Assim, no contexto da redefinição cultural e mercadológica da representação da arma no âmbito do gênero, Carlson (2016) demonstra ainda que as mulheres armadas usam o instrumento para negociar dois aspectos das relações de gênero normativas. Primeiramente, a presunção que mulheres deveriam necessariamente ser não-violentas e pacíficas por serem mulheres. Em segundo, a presunção que determinados espaços, como a cultura armada, estão além dos limites para as mulheres. Dessa maneira, junto às narrativas de transformação pessoal frente às expectativas sociais de pacifismo, sua aproximação com as armas trata-se de movimento que envolve a transgressão de limites generificados dentro da cultura armamentista masculinizada.

4. Empoderamento pós-feminista

Conforme analisados os discursos e posicionamentos das mulheres armamentistas do Instagram, é evidente que elas estão alinhadas à parte significativa da agenda feminista, mesmo sem se classificarem dessa maneira. Elas frequentemente se posicionam favoráveis às agendas de combate à violência doméstica e ao feminicídio, de inclusão e representatividade de mulheres nos espaços, de independência financeira, de igualdade salarial entre os gêneros e de quebra do estereótipo do "sexo frágil". No entanto, há uma mudança cultural em curso que envolve diversos aspectos discursivos do feminismo, os quais entram, inclusive, em disputa (Costa; Rocha; Solano, 2022). Este é o caso da "força feminina" ou mesmo do "empoderamento feminino", categorias empregadas com frequência pelas armamentistas.

A compreensão do *empoderamento* encontra-se em meio à uma mudança cultural em direção a uma versão individualizada, fenômeno associado ao esvaziamento de pautas feministas já

apontado pela literatura feminista (Macedo, 2006; Carlson, 2016; Hamlin; Peters, 2018; Costa; Rocha; Solano, 2022; Solano; Rocha; Sendretti, 2023). Inseridas na dinâmica do capitalismo tardio, noções de feminismo e empoderamento são cooptadas de sua acepção coletiva para a dimensão individual (Hamlin; Peters, 2018). Isso faz com que mulheres compreendam que o empoderamento é uma conquista individual e não coletiva, assim como se desconecta da importância histórica dos movimentos de mulheres na conquista de direitos.

O trabalho de Carolina Gallo Garcia (2024) aponta para usos da ideia de "força de transformação social das nossas mulheres" e da exaltação de atributos femininos e maternos pelo anterior Ministério da Mulher da Família e dos Direitos Humanos e pelo Fundo Monetário Internacional para corroborar projetos econômicos e agendas de promoção do microempreendedorismo feminino. Tais discursos acionam princípios essencialistas sobre o potencial presumido das mulheres, baseados em atributos associados às feminilidades materna, altruísta e resiliente (Garcia, 2024), ou mesmo à figura da "mulher guerreira". A pesquisa também evidencia a promoção de "ideologias" neoliberais de responsabilização individual nesse contexto, de modo semelhante ao observado na presente investigação.

Nas últimas décadas, o universo publicitário encontrou estratégias de instrumentalização mercadológica de pautas e símbolos feministas. Assim, a existência de um "feminismo de mercado", apesar de democratizar certos ideais feministas, pode vir a esvaziar politicamente a ideia de empoderamento feminino. Segundo Solano, Rocha e Sendretti (2023), os efeitos da cultura pós-feminista, da influência do feminismo liberal e do feminismo popular nas últimas décadas são constatados no atual uso da noção de empoderamento feminino pela extrema direita. Nesse movimento, o empoderamento feminino passa a ser centrado nas ideias de positividade, autonomia individual, sucesso e independência de um homem, enquanto omite as estruturas socioeconômicas e culturais desiguais que afligem a vida das mulheres. Dessa forma,

as mulheres seriam plenamente responsáveis por seu próprio bem-estar em meio a uma sociedade machista, ao mesmo tempo em que se rejeita o ativismo feminista contemporâneo. Este é visto como imoral, autoritário, intransigente e sinônimo de ódio aos homens (Costa; Rocha; Solano, 2022).

O empoderamento feminino, segundo Nelly Stromquist (1995), é um conceito sociopolítico que busca transformar os processos e estruturas desiguais em termos de gênero, superando a posição desigual das mulheres nessa relação de poder. Envolve, assim, componentes cognitivos, psicológicos, políticos e econômicos, ultrapassando a participação política formal e a simples "elevação da consciência". O sentido do conceito emancipatório de empoderamento – associado a uma pauta coletivista de transformação política e justiça social para um grupo minoritário –, em meio à essa mudança cultural, vira uma ideia voltada à identidade pessoal. Assim, o tom adotado ao tratar do "empoderamento" passa a ser de positividade, alegria, elevação e autoconfiança.

Por fim, observando o universo da *gunosphere* brasileira, as propostas de combate à problemática social da desigualdade de gênero e da violência contra a mulher são sempre realizadas por indivíduos, empreendimentos e organizações privadas. Dessa maneira, a esfera estatal e as políticas públicas não entram no jogo. Aliás, entram se o caso for a discussão do acesso às armas de fogo.

Tal linha argumentativa levantada pelas "pró-armas" aparenta estar entrelaçada a esses impactos pós-feministas, que, além do que já foi dito, reforçam que a simples ideia de inclusão de mulheres em todos os espaços é a solução do problema da desigualdade. Conforme aponta Rivetti e Galetti (2026):

> Trata-se de um feminismo "adaptado", que enfatiza a presença de mulheres em todos os âmbitos – especialmente na política e no mercado – mas que tende a homogeneizá-las, ignorando marcadores como classe, raça e sexualidade. Esse tipo de discurso esvazia de conteúdo político o feminismo, transformando-o em um lema de autoajuda

> ou empreendedorismo feminino, compatível com uma racionalidade neoliberal, meritocrática e individualizante. Nesse contexto, a presença de mulheres se torna um fim em si mesma, deslocando o foco da transformação estrutural para a ocupação simbólica de espaços com frequência, sem questionar os mecanismos de opressão que os estruturam[16] (Rivetti; Galetti, 2026, p. 293, tradução nossa).

Importante destacar aqui que não estamos atribuindo às mulheres desta pesquisa o rótulo de "feministas", visto que elas não reivindicam essa denominação. O que argumentamos é que muitos discursos dessas mulheres são reflexos de um contexto marcado pela "sensibilidade pós-feminista" (Gill, 2007). A própria noção de feminismo popular é um dos efeitos do pós-feminismo (Banet-Weiser; Gill; Rottenberg, 2020), os quais dependem de plataformas midiáticas e raramente criticam o neoliberalismo e seus valores. Na verdade, os valores do sucesso econômico e do autoempreendedorismo fazem parte do feminismo popular, assim como o desarraigamento do movimento coletivo histórico. Outro aspecto pós-feminista visualizado entre os perfis é a ênfase na escolha e na autonomia individualista, o foco nos corpos das mulheres e o incentivo a ser "positiva, confiante e brilhante" (Banet-Weiser; Gill; Rottenberg, 2020, p. 5).

De forma semelhante, a análise de discursos realizada por Fontenelle e Galetti (2026, p. 19) sobre as deputadas antifeministas também revelou uma operação discursiva que reproduz a noção pós-feminista de que a igualdade de gênero já teria sido alcançada, deslocando o foco das estruturas de poder para a responsabilidade individual. Assim, entre parlamentares antifeministas também há uma apropriação seletiva de expressões historicamente associadas aos movimentos feministas enquanto veiculam a ideia de que o sucesso ou o fracasso feminino dependem somente do esforço individual (Rivetti; Galetti, 2026; Fontenelle; Galetti, 2026).

16 No original: "*Se trata de un feminismo "adaptado", que enfatiza la presencia de mujeres en todos los ámbitos – especialmente en la política y el mercado – pero que tiende a homogeneizarlas, obviando marcadores como clase, raza y sexualidad. Este tipo de discurso vacía de contenido político al feminismo, transformándolo en una consigna de autoayuda o emprendimiento femenino, compatible con una racionalidad neoliberal, meritocrática e individualizante. En este marco, la presencia de mujeres se convierte en un fin en sí mismo, desplazando el foco desde la transformación estructural hacia la ocupación simbólica de espacios con frecuencia, sin cuestionar los mecanismos de opresión que los estructuran*".

Diante do exposto, devemos apontar que há diálogos e confluências com o antifeminismo, uma vez que os dados apontam uma certa "sensibilidade antifeminista" que circula no universo feminino armado analisado. No entanto, colocá-las na caixinha de "antifeministas" seria uma classificação arbitrária e que obscureceria nuances e complexidades desse universo. Assim, defendemos que há uma construção e uma exibição performática de uma feminilidade armada, que é constituída por diversos elementos e valores; entre eles, alguns valores comuns ao antifeminismo, como: a família nuclear heterossexual como fundamento, articulação com a extrema direita, desigualdades de gênero interpretadas como fruto de escolhas individuais e a incorporação de uma linguagem de autonomia e força feminina. No entanto, não se configura como antifeminismo, pois este se estrutura na oposição à emancipação feminina, na exaltação de um ideal de feminilidade submissa, na defesa de uma complementaridade rígida entre os sexos, além do fato de ser um contramovimento organizado (Bonet-Martí, 2021; Fontenelle; Galetti, 2026).

Dessa maneira, conforme a discussão levantada, é possível visualizar os desdobramentos do pós-feminismo nas mais controversas categorias de feminismo enquanto se relacionam com a ascensão das mulheres da extrema direita. Essas mulheres renovam o repertório direitista aderindo e ressignificando questões feministas e progressistas, respeitando ainda a ideologia conservadora (Sarmento; Elias; Marques, 2023). Especialmente nos ambientes virtuais, a exemplo das redes sociais, os feminismos de mercado, popular e neoliberal possuem grande circulação e agregam valor qualitativo à personalidade que emprega seus elementos.

5. Considerações finais

Levando a cabo pautas securitárias como parte crucial da agenda política, fundamentadas na percepção de que o cenário brasileiro está marcado por uma crescente insegurança e desordem pública radical, a ascensão da extrema direita trouxe consigo

uma nova centralidade ao debate pela desregulamentação das armas de fogo. Atrelado a isso, identifica-se um repertório político discursivo entre a extrema direita, inaugurado pelo bolsonarismo antipetista, em que posiciona a direita radicalizada como revolucionária e a esquerda como conservadora frente ao *establishment.* Somado a ele, está o avanço da extrema direita nas redes sociais na reconfiguração do discurso pró-armamento, refletindo em inusitadas representações de gênero. A arma de fogo, objeto histórica e culturalmente atrelado à masculinidade viril, surge pintada por outras tintas, apresentando uma nova faceta: a *girl power.*

Com o impulsionamento da pauta armamentista, fundamentada no descrédito nos mecanismos estatais de manutenção da ordem, constata-se entre as atrizes da extrema direita uma supervalorização da segurança individualizada, representada pela posse da arma de fogo. A arma de fogo passa, então, a representar uma ferramenta de autodefesa, proteção do núcleo familiar, empoderamento e liberdade por um grupo social que frequentemente é vitimado por ela. A arma é a chave que abre os portões para uma nova maneira de ser mulher: empoderada, independente, viril e fascinante, com base na ideia de uma feminilidade armada.

Os efeitos da cultura pós-feminista, da influência do feminismo liberal e do feminismo popular nas últimas décadas são constatados no atual uso da noção de empoderamento feminino de forma individualizada e sem conexão com o movimento feminista pelas atrizes da extrema direita. Nesse movimento, o empoderamento feminino passa a ser centrado nas ideias de positividade, autonomia individual, sucesso e independência de um homem. Paralelamente, a propaganda do empoderamento armado promove uma visão individualizada da segurança, desconsiderando fatores estruturais da violência de gênero e ignorando as evidências de que o aumento da circulação de armas eleva os riscos para as mulheres.

Por fim, a pesquisa evidenciou que a *gunosphere online* feminina brasileira não é um movimento espontâneo, mas sim um espaço que combina ativismo político, empreendedorismo de si e interesses

comerciais. Assim, as performances de gênero exibidas nas redes sociais cumprem um papel duplo: vendem o ideal da feminilidade armada e, ao mesmo tempo, sustentam uma indústria que se beneficia da inserção das mulheres no mercado armamentista.

Em vias de expandir o conhecimento sobre a *gunosphere online* feminina, aprofundando seu entendimento como uma rede online de comunidades com interesses em comum, futuras pesquisas poderiam se dedicar ao estudo do ativismo armamentista feminino em outras plataformas, fóruns e sites. A *gunosphere* circunscrita ao Instagram carrega características específicas dessa rede social, altamente marcada por retratos de performances, publicidades pagas por empresas, influenciadores digitais e divulgação de *lifestyles* sedutores. Outros sites, blogs e plataformas digitais como Reddit, 4chan, Youtube e Twitter, conforme suas respectivas configurações de perfil e apelos específicos, trariam novas perspectivas ao estudo da rede armamentista feminina contemporânea.

Referências

AMARAL, Adriana. Etnografia e pesquisa em cibercultura: limites e insuficiências metodológicas. **Revista USP**, São Paulo, n. 86, p. 122-135, 2010. Disponível em: https://revistas.usp.br/revusp/pt_BR/article/view/13818. Acesso em: 4 jul. 2026.

BANET-WEISER, Sarah; GILL, Rosalind; ROTTENBERG, Catherine. 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. DOI: https://doi.org/10.1177/1464700119842555. Acesso em: 4 jul. 2026.

BLAIR, M. Elizabeth; HYATT, Eva M. The Marketing of Guns to Women: Factors Influencing Gun-Related Attitudes and Gun Ownership by Women. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 14, n. 1, p. 117-127, 1995. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/30000384. Acesso em: 4 jul. 2026.

BONET-MARTÍ, Jordi. Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales. **Teknokultura**, Madrid, v. 18, n. 1, p. 61-71, 2021. Disponível em: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7739320. Acesso em: 4 jul. 2026.

CARLSON, Jennifer D. From Gun Politics to Self-Defense Politics: A Feminist Critique of the Great Gun Debate. **Violence Against Women**, v. 20, n. 3, p. 369-377, 2014a. DOI: https://doi.org/10.1177/1077801214526045. Acesso em: 4 jul. 2026.

CARLSON, Jennifer. The Equalizer? Crime, Vulnerability, and Gender in Pro-Gun Discourse. **Feminist Criminology**, v. 9, n. 1, p. 59-83, 2014b. DOI: https://doi.org/10.1177/1557085113502518. Acesso em: 4 jul. 2026.

CARLSON, Jennifer. Troubling the Subject of Violence: The Pacifist Presumption, Martial Maternalism, and Armed Women in Contemporary Gun Culture. **Political Power and Social Theory**, v. 30, p. 81-107, 2016. DOI: https://doi.org/10.1108/S0198-871920160000030002. Acesso em: 4 jul. 2026.

CARRERA, Fernanda. Ciberpublicidade, gênero e Goffman: hiper-ritualizações no contexto digital. **Contra-campo**, Niterói, v. 38, n. 3, p. 22-40, dez. 2019/mar. 2020. Disponível em: https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/27366. Acesso em: 4 jul. 2026.

CERQUEIRA, Daniel; MELLO, João Manuel. Evaluating a National Anti-Firearm Law and Estimating the Causal Effect of Guns on Crime. **Textos para Discussão**, Rio de Janeiro, n. 607, p. 1-39, 2013. DOI: 10.13140/RG.2.2.14868.91522. Acesso em: 13 jul. 2026.

CESARINO, Letícia. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. **Internet & Sociedade**, v. 1, n. 1, p. 91-120, 2020. Disponível em: https://revista.internetlab.org.br/. Acesso em: 4 jul. 2026.

CONNELL, Raewyn W. **Gender and power:** society, the person and sexual politics. Stanford: Stanford University Press, 1987.

CONTI, Thomas. Dossiê Armas, Crimes e Violência: o que nos dizem 61 pesquisas recentes. In: CONTI, Thomas. **Blog Thomas V. Conti**. São Paulo, 2017. Disponível em: https://thomasvconti.com.br/2017/. Acesso em: 15 nov. 2024.

COSTA, Beatriz Della; ROCHA, Camila; SOLANO, Esther (org.). **Feminismo em disputa:** um estudo sobre o imaginário político das mulheres brasileiras. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2022.

FONTENELLE, Alana; GALETTI, Camila. Mãe Direita: o uso da maternidade no discurso antifeminista da extrema direita brasileira. **Ação Midiática**, Curitiba, v. 31, n. 1, p. 1-21, 2026. Disponível em: https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/101428. Acesso em: 4 jul. 2026.

FONTES, Francisco. Influenciadores digitais: os novos intermediários simbólico-ideológicos da era digital. **Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**, Porto, v. 47, p. 111-128, 2023. Disponível em: https://scielo.pt/. Acesso em: 4 jul. 2026.

GARCIA, Carolina Gallo. "É pelas mãos das mulheres que vai passar a retomar econômica do país": a cidadania maternal nos discursos da extrema-direita brasileira. **Plural**, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 142-162, 2024. Disponível em: https://revistas.usp.br/plural/pt_BR/article/view/222718. Acesso em: 4 jul. 2026.

GILL, Rosalind. Postfeminist media culture: elements of a sensibility. **European Journal of Cultural Studies**, v. 10, n. 2, p. 147-166, 2007. DOI: https://doi.org/10.1177/1367549407075898. Acesso em: 4 jul. 2026.

GILPIN, Dawn R.; THORNTON, Leslie-Jean. Girls of the Gunosphere: Interpreting power and agency in Instagram Second Amendment communities. **Southwestern Mass Communication Journal**, v. 33, n. 2, p. 1-19, 2018. Disponível em: https://swecjmc-ojs-txstate.tdl.org/swecjmc/article/view/35. Acesso em: 4 jun. 2026.

GING, Debbie. Alphas, Betas, and Incels: Theorizing the Masculinities of the Manosphere. **Men and Masculinities**, v. 22, n. 4, p. 1-20, 2017. DOI: https://doi.org/10.1177/1097184X17706401. Acesso em: 4 jun. 2026.

GOFFMAN, Erving. **Gender Advertisements**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1979.

HAMLIN, Cynthia; PETERS, Gabriel. Consumindo como uma garota: subjetivação e empoderamento na publicidade voltada para mulheres. **Lua Nova**, São Paulo, n. 103, p. 167-202, 2018. Disponível em: https://www.scielo.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.

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

INSTITUTO SOU DA PAZ. **O papel da arma de fogo na violência contra a mulher**. São Paulo: Instituto Sou da Paz, 2022. Disponível em: https://soudapaz.org/. Acesso em: 12 mar. 2024.

KEMP, Simon. Digital 2024: Brazil. In: KEMP, Simon. **Blog DataReportal**. Londres, 23 fev. 2024. Disponível em: https://datareportal.com/. Acesso em: 28 out. 2025.

KHOSRAVINIK, Majid. Social Media Techno-Discursive Design, Affective Communication and Contemporary Politics. **Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences**, Shanghai, v. 11, n. 4, p. 427-442, 2018. Disponível em: https://link.springer.com/article/10.1007/s40647-018-0226-y. Acesso em: 4 jun. 2026.

LIMA, Helcira. Discursos negacionistas disseminados em rede. **Revista da Abralin**, v. 19, n. 3, p. 389-408, 2020. Disponível em: https://revista.abralin.org/. Acesso em: 4 jul. 2026.

MACEDO, Ana Gabriela. Pós-feminismo. **Revista Estudos Feministas,** Florianópolis, v. 14, n. 3, p. 813-817, set.-dez. 2006. Disponível em: https://www.scielo.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.

MELO, Luiza Costa. "Lugar de mulher é onde ela quiser": a adesão de mulheres à pauta pró-arma no Brasil. **SciELO Preprints**, 2024. DOI: https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.9880. Acesso em: 13 jul. 2026.

MELO, Luiza Costa. **Mulheres armamentistas no Instagram:** discursos, redes e violência contra a mulher. 2025. 156 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2025. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.

MENDES, Conrado Hübner. Direito à segurança e a sensação de segurança. **Época / O Globo**, Rio de Janeiro, 1 jan. 2019. Disponível em: https://oglobo.globo.com/. Acesso em: 26 out. 2025.

MESSENBERG, Débora. A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 621-647, set./dez. 2017. Disponível em: https://www.scielo.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.

MISKOLCI, Richard. **Batalhas morais:** Política identitária na esfera pública. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

MUDDE, Cas. **A extrema direita hoje**. 1. ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2022.

RAMOS, Jair de Souza. Frouxonauro e cornoservadores: metáforas de virilidade masculina no ativismo digital da extrema direita brasileira. **Sexualidad, Salud y Sociedad**, Rio de Janeiro, n. 39, p. 1-31, 2023. Disponível em: https://www.scielo.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.

RIBEiro, Juliane Portella; MALISZEWSKI, Lenise Szczecinski; MARTINS, Erivanda de Sá Luz. Técnica de amostragem "bola de neve virtual" na captação de participantes em pesquisas científicas. **Journal of Nursing and Health**, v. 14, n. 1, e1426636, 26 abr. 2024. Disponível em: https://periodicos.ufpel.edu.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.

RIVETTI, Jéssica Melo; GALETTI, Camila. Neoconservadurismo brasileño y la explotación de la feminidad. **Sociología Histórica**, Murcia, v. 16, n. 1, p. 285-317, 2026. Disponível em: https://revistas.um.es/. Acesso em: 4 jun. 2026.

SARMENTO, Rayza; ELIAS, Maria Ligia G. G. Rodrigues; MARQUES, Gabrielle. A comunicação digital e as pautas das deputadas brasileiras "de direita" no Instagram. **Terceiro Milênio**, v. 20, n. 1, p. 59-83, 2023. Disponível em: https://revistaterceiromilenio.uenf.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Direita nas redes sociais online. In: VELASCO E CRUZ, Sebastião; KAYSEL, André; CODAS, Gustavo (org.). **Direita, volver!** O retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2015. p. 213-230.

SMITH, Tom W.; SMITH, Robert J. Changes in firearm ownership among women, 1980-1994. **The Journal of Criminal Law and Criminology**, v. 86, n. 1, p. 133-149, 1995. Disponível em: https://scholarlycommons.law.northwestern.edu/. Acesso em: 4 jun. 2026.

SOARES, Glaucio; CERQUEIRA, Daniel. Estatuto do desarmamento: um tiro que não saiu pela culatra. **Insight Inteligência**, ano XVII, n. 68, p. 78-86, jan./mar. 2015. Disponível em: https://insightinteligencia.com.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.

SOLANO, Esther; ROCHA, Camila; SENDRETTI, Lilian. Mulheres de extrema-direita: empoderamento feminino e valorização moral da mulher. **Caderno CRH**, Salvador, v. 36, p. 1-16, e023040, 2023. Disponível em: https://www.scielo.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.

STROMQUIST, Nelly P. The theoretical and practical bases for empowerment. In: UNESCO Institute for Education. **Women, education and empowerment:** pathways towards autonomy. New Delhi: Discovery Publishing House, 1995. p. 13-22.

TEIXEIRA, Jacqueline Moraes. Mídia e performances de gênero na Igreja Universal: o desafio Godllywood. **Religião & Sociedade**, v. 34, n. 2, p. 232-256, jul. 2014. DOI: https://doi.org/10.1590/S1984-04382014000200012. Acesso em: 4 jul. 2026.

VECHI, Fernando. **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) – PUC-RS, Porto Alegre, 2023. Disponível em: https://tede2.pucrs.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.

VILAÇA, Gracila; D'ANDRÉA, Carlos. Da manosphere à machosfera: práticas (sub)culturais masculinistas em plataformas anonimizadas. **Revista ECO-Pós**, v. 24, n. 2, p. 410-440, nov. 2021. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/. Acesso em: 4 jun. 2026.