



REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal

ISSN: 2965-1506

regepe.esbj@anegepe.org.br

Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e  
Gestão de Pequenas Empresas

Brasil

Borges, Luana; Ramos, Anatólia; Ferraz, Janaynna

Percepção de estereótipos de gênero na intenção de empreender na área de tecnologia da  
informação: Um estudo qualitativo com estudantes de graduação de uma universidade federal

REGEPE Entrepreneurship and Small Business  
Journal, vol. 14, e2644, 2025, Janeiro-Dezembro

Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas  
São Paulo, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2644>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=561581799006>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em redalyc.org

redalyc.org




Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa  
acesso aberto

## Artigo de Pesquisa

## Percepção de estereótipos de gênero na intenção de empreender na área de tecnologia da informação: Um estudo qualitativo com estudantes de graduação de uma universidade federal

Luana Borges<sup>a</sup>  , Anátalia Ramos<sup>a</sup>   e Janaynna Ferraz<sup>a</sup>  <sup>a</sup>Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Brasil

### Detalhes Editoriais

Sistema double-blind review

#### Histórico do Artigo

Recebido : 19 de mar. de 2024

Aceito : 16 de out. de 2024

Disponível online: 19 de fev. de 2025

Artigo ID: 2497

Classificação JEL: J16, I23, I24

#### Editor Chefe<sup>1</sup> ou Adjunto<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> Dr. Edmundo Inácio Júnior 

Univ. Estadual de Campinas, UNICAMP

#### Editor Associado Responsável:

Dra Liliâne Oliveira Guimaraes 

Pont. Univ. Cat. de Minas Gerais, PUC Minas

#### Editor Executivo<sup>1</sup> ou Assistente<sup>2</sup>:

<sup>2</sup> M. Eng. Patrícia Trindade de Araújo

#### Revisão Ortográfica e Gramatical:

José Augusto Pereira da Silva


#### Financiamento:

CAPES, #001

#### Como citar:

Borges, L., Ramos, A., & Ferraz, J. (2025). Percepção de estereótipos de gênero na intenção de empreender na área de tecnologia da informação: Um estudo qualitativo com estudantes de graduação de uma universidade federal. *REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, 14, e2497. <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2497>.

#### Item relacionado (hasTranslation):

<https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2644>Artigo verificado por:  Autor de contato:

Luana Borges

[luanapinheiroborges@gmail.com](mailto:luanapinheiroborges@gmail.com)

### Resumo

O **objetivo** deste trabalho é compreender como mulheres em formação de ensino superior em Tecnologia da Informação (TI) percebem a influência do estereótipo de gênero na intenção de empreender em sua área de atuação. Por meio de pesquisa qualitativa básica, foram realizadas nove entrevistas semiestruturadas com alunas do curso de Bacharelado em Tecnologia da Informação (BTI) de uma universidade federal brasileira. Como estratégia de análise, empregou-se a análise de conteúdo, na modalidade temática/categorial, com apoio do software ATLAS.ti®. Os **principais resultados** evidenciaram que os estereótipos de gênero são comuns no setor de TI e que a inserção das mulheres no empreendedorismo tende a ser afetada por essa percepção. Como **contribuições teóricas**, observou-se uma carência da autorrepresentação feminina em posições de liderança em negócios, e o machismo foi percebido como um problema social e uma causa das desigualdades relatadas. A **relevância** deste artigo reside na lacuna existente na literatura sobre empreendedorismo feminino sob a ótica dos estereótipos de gênero, especialmente no ramo da TI. As **contribuições sociais** para a gestão consistem na produção de insights sobre a problemática do empreendedorismo feminino no setor de TI, área com pouca pesquisa empírica sobre o assunto, o que pode auxiliar no desenvolvimento de políticas públicas e iniciativas que promovam a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres nesse campo.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino, Estereótipos de gênero, Ensino superior, Machismo.

Perception of gender stereotypes in the intention to undertake in the area of information technology: A qualitative study with undergraduate students at a federal university

### Abstract

The **objective** The aim of this study is to understand how women in higher education in Information Technology (IT) perceive the influence of gender stereotypes on their intention to undertake their field of activity. Through basic qualitative research, nine semi-structured interviews were conducted with students of the Bachelor's Degree in Information Technology (BTI) at a Brazilian federal university. As an analysis strategy, content analysis was used, in the thematic/categorical modality, with the support of the ATLAS.ti® software. The **main results** showed that gender stereotypes are common in the IT sector and that the insertion of women in entrepreneurship tends to be affected by this perception. As **theoretical contributions**, a lack of female self-representation in leadership positions in business was observed, and sexism was perceived as a social problem and a cause of the reported inequalities. The **relevance** of this article lies in the gap in the literature on female entrepreneurship from the perspective of gender stereotypes, especially in the IT sector. **Social contributions** to management consist of producing insights into the problem of female entrepreneurship in the IT sector, an area with little empirical research on the subject, which can assist in the development of public policies and initiatives that promote gender equality and the empowerment of women in this field.

**Keywords:** Female entrepreneurship, Gender stereotypes, University education, Male chauvinism.

## INTRODUÇÃO

A discussão sobre gênero, embora não seja recente, tem sido ampliada nos últimos anos em decorrência da necessidade da superação das iniquidades através da justiça social. Uma das importantes contribuições nesse campo foi feita por Bourdieu (2001), que afirma que o gênero seria, sobretudo, uma construção social que integra um princípio relacional de dominação simbólica, em que as relações entre homens e mulheres são permeadas pelo poder do homem. Dada a sua complexidade, a questão do gênero vai além da cultura e dos símbolos, sendo determinada pelas diferenças sexuais e pelas classificações sociais de masculino e feminino. Desde o final do século XIX, como apontado por Engels (2019) e Saffioti (2013), é evidente que a compreensão sobre o que significa ser mulher (e as discussões sobre gênero em geral) estão intrinsecamente ligada às relações capitalistas de produção.

Essa dinâmica, marcada por desigualdades de poder e privilégios masculinos, é o que se compreende por machismo, sistema que subordina as mulheres e perpetua relações de dominação. Em uma sociedade patriarcal - sistema social e histórico de dominação masculina que se manifesta em diversas esferas da vida (Saffioti, 2015) - essas desigualdades são normalizadas e justificadas através de estereótipos de gênero que limitam as oportunidades e o potencial das mulheres (Federici, 2004), de modo que podem existir diferenças de gênero nas decisões de empreender, em um processo dinâmico, resultando em implicações econômicas, culturais e sociais (Machado et al., 2013).

Estamos no século XXI, mais precisamente em 2024, e a posição de subordinação feminina no mundo do trabalho ainda representa um paradigma a ser superado em diversas situações (Carreira et al., 2015). Consideremos, por exemplo, que o índice de diferença salarial entre homens e mulheres no Brasil é de 23,6%, ou seja, em média, as mulheres ganham cerca de 76,4% do salário dos homens (IBGE, 2021). Consequentemente, a igualdade de gênero ainda é uma realidade um pouco distante no país.

Considerando que parte significativa da força de trabalho feminina atua como autônoma, trabalhadora informal e/ou empreendedora, Gimenez et al. (2017) destacam os múltiplos papéis exercidos pelas mulheres, especialmente ao que diz respeito ao que seria o equilíbrio de atividades de negócios e do lar e à frequência e presença de conflitos devido a uma sobrecarga de trabalho. Os autores ressaltaram também a existência de uma lacuna na reflexão teórica sobre o empreendedorismo feminino, mencionando que poucos estudos tentam formular proposições mais gerais sobre o que é o empreendedorismo feminino, como ele acontece, por que acontece e com quais resultados.

Em uma perspectiva de gênero, quando o assunto é empreendedorismo, há autores que vinculam a atividade a um pretensão domínio simbólico masculino (Bruni et al., 2004; Sweida & Reichard, 2013). Uma ideia bastante presente na literatura sobre empreendedorismo é a de que há papéis masculinos e femininos. Tal perspectiva favorece o surgimento do que Gupta et al. (2013) nomeiam como a Teoria da Ameaça do Estereótipo (TAE), que busca analisar como o gênero se relaciona com os estereótipos e, assim, como estes influenciam diferenças na avaliação de oportunidades de trabalho e negócios entre homens e mulheres.

Por sua vez, revisões da literatura, como nos estudos de Brush et al. (2019) e Balachandra et al. (2019), corroboram com a persistência de desigualdades estruturais que dificultam o avanço das mulheres no empreendedorismo. Em particular, Balachandra et al. (2019) destacam os preconceitos de gênero, que se manifestam em desafios para o acesso a financiamento, sendo as mulheres frequentemente percebidas como menos competentes e com menor probabilidade de sucesso.

Na área da tecnologia da informação (TI), a realidade é ainda mais complexa para o lado feminino. Visentini et al. (2021) relatam que a divisão sexual do trabalho legitima o campo da TI como se fosse um domínio dos homens, pois exige

competências tidas estereotipicamente como sendo masculinas, como liderança, determinação e autonomia. Um dos campos considerados "masculinos" e pouco atrativos para as mulheres seria o empreendedorismo ligado à tecnologia da informação (TI), identificado como hostil e de difícil entrada para as mulheres (Romano et al., 2020).

Além disso, Faulkner (2007) discute como a cultura de engenharia, frequentemente dominada por homens, marginaliza as mulheres através de normas e práticas que perpetuam estereótipos de gênero, limitando a participação feminina em áreas tecnológicas. Glass et al. (2013) comparam a retenção de mulheres em STEM (Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática) com outras profissões, argumentando que as culturas organizacionais e os preconceitos de gênero desempenham um papel significativo na exclusão das mulheres de cargos mais altos e mais bem remunerados.

Uma pesquisa da empresa de tecnologia para recrutamento revelou, a partir de dados registrados na plataforma por mais de 14 mil empresas, que na área de TI o universo é de 13% de mulheres e os homens ocupam cerca de 92% das posições de chefia (Lazaretti, 2020). Olhando o cenário global, as mulheres detêm apenas 26% de todos os cargos na indústria de tecnologia e apenas cerca de 16% no nível executivo (Sullivan et al., 2020). Além disso, apenas 19% das mulheres na área de tecnologia dizem que foram inspiradas a ingressar na indústria, pois um modelo feminino em sua comunidade as encorajou (Kaspersky, 2021). Outro dado de mercado, apresentado no Relatório de Diversidade no Setor TIC (BRASSCOM, 2022), aponta que as mulheres ocupam apenas 39% dos postos de trabalho, enquanto as mulheres negras, por exemplo, são apenas 11.6%.

O baixo número de mulheres no mundo do trabalho da TI, principalmente em cargos de liderança (Needle, 2022) ou como fundadoras, aponta para a necessidade de luta das mulheres pela equidade e a desmistificação de estereótipos. A falta de representatividade nas empresas de TI, além das desigualdades e diferenças salariais, demonstra a relevância social de pesquisas sobre a temática dos estereótipos de gênero e sua relação com o empreendedorismo feminino na área de TI.

Do ponto de vista teórico, identifica-se uma carência de estudos sobre os estereótipos de gênero no empreendedorismo feminino, principalmente focada no setor de TI, o que torna oportuna a realização de estudos com o intuito de ampliar o conhecimento sobre essa problemática (Glass et al., 2013; Sullivan et al., 2020; Borges et al., 2022; Borges, 2022).

À luz dessa contextualização e visando preencher a lacuna teórica especificada, o presente trabalho responde à seguinte problemática de pesquisa: *Como as estudantes de tecnologia da informação percebem a influência do estereótipo de gênero na intenção de empreender na área de TI?*

A estrutura do artigo está dividida em cinco seções. A primeira é a presente introdução, na qual é contextualizado o problema. A segunda apresenta o embasamento teórico, com uma breve revisão conceitual sobre os estereótipos de gênero e a opressão contra as mulheres no patriarcado (que se manifesta no machismo) e a teoria da ameaça do estereótipo no âmbito da TI. A terceira traz a descrição dos procedimentos metodológicos. A quarta seção apresenta e discute os resultados da pesquisa, e a quinta traz as conclusões, limitações e a direção para futuras pesquisas.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para embasar a pesquisa empírica, foram revisados os principais conceitos sobre a teoria da ameaça do estereótipo, bem como sobre a opressão das mulheres e o patriarcado, apresentados em duas subseções.

## Estereótipos de gênero e a opressão contra as mulheres

Retomando brevemente a discussão de gênero para entender de onde surgiram os estereótipos, traz-se o livro 'Gênero, patriarcado, violência' da feminista marxista Heleieth Saffioti (2015), que discute principalmente a violência contra as mulheres, e busca conceituar gênero, patriarcado, poder, raça, etnia e a relação exploração-dominação a partir de suas contradições. A autora ressalta a importância de um debate feminista articulado a um projeto de transformação da sociedade.

Ao longo da história, à mulher foi relegada uma condição de subordinação em relação ao homem e de trabalhadora improdutiva, no que se refere à sociedade capitalista. Nesta sociedade, a partir das relações socioeconômicas, fica evidente o quanto "o poder é macho, branco e, de preferência, heterossexual" (Saffioti, 2015, p. 33). Explicita-se, assim, a discussão acerca de gênero, raça/etnia e poder, que segue vigente.

Saffioti (2015) discorre ainda sobre o processo de dominação-exploração no qual estão inseridas as mulheres, a partir do debate do patriarcado, o que vai diretamente ao encontro a análise aqui pretendida, no sentido de que não é possível dissociar a existência de direitos e organização hierárquica dos homens sobre as mulheres.

Miguel e Biroli (2014) esclarecem que o termo "patriarcado" é controverso, mesmo dentro das teorias feministas. Para algumas vertentes, o termo seria importante, pois permite expressar com profundidade as interconexões que caracterizam a subordinação feminina, ou seja, patriarcado seria uma nomenclatura aglutinadora para as diversas facetas da dominação masculina. Contudo, outras vertentes femininas entendem o patriarcado como uma das manifestações históricas da dominação masculina, isto é, uma forma específica de organização política datada e não mais explicativa atualmente, quando seria mais efetivo tratar apenas por "dominação masculina", que seria mais amplo que o termo patriarcado.

Seguindo a tradição deixada por Saffioti (2013), mas considerando também a sugestão de Miguel e Biroli (2014), entende-se que o conceito de opressão, nos termos de Vogel (2022), carrega em seu bojo não apenas as relações simbólicas, nem tampouco apenas a relação entre os sexos, mas parte das relações materiais de produção e reprodução da vida para compreender como a opressão se manifesta, conjugada com a exploração do trabalho feminino.

Esses elementos reflexivos trazidos da discussão de Saffioti e Vogel não encerram a questão do gênero e da desigualdade entre mulheres e homens no mundo do trabalho, mas certamente contribuem com a ampliação do entendimento necessário. A expressão da opressão pode ainda ser relacionada com o "machismo estrutural", que representa as ações, práticas e falas da dominação masculina no campo organizacional, por exemplo. Contudo, conforme Vogel (2022) e Saffioti (2015), não é o machismo quem funda as relações de opressão, não faria sentido, portanto, machismo como algo 'estrutural'. O machismo, na verdade, é a expressão da exploração do capital sobre o trabalho, no paradigma marxista (Engels, 2019).

Referindo-se à divisão sexual do trabalho, Saffioti (2013, p. 73) afirma que o fato das mulheres acumularem o trabalho produtivo (no mercado) e o trabalho reprodutivo (doméstico, mas também de reprodução e cuidado dos filhos), faz com que a mulher sofra mais diretamente do que o homem os efeitos da exploração e da precarização.

Tais questões têm sido debatidas hodiernamente no campo da Administração, como pode ser visto em recente edição especial integral sobre o trabalho das mulheres na renomada Revista de Administração Contemporânea (Guimarães et al., 2023). Mas Souza et al. (2021) demonstraram que, por vezes, ao tentar combater a opressão e os preconceitos, muitas vezes as pesquisas terminam por reafirmá-los. À guisa de exemplo, quando os estudos sustentam uma pretensa liderança feminina que seria benevolente,

humanística e pouco ambiciosa, considerando que as mulheres seriam mais emotivas e priorizariam a vida particular (e a família) ao invés da carreira (Eagly & Karau, 2002; Heilman, 2001), essas pesquisas poderiam, na verdade, apontar que a tensão entre a maternidade e a carreira, por exemplo, só existe pelo fato de homens (pais) não assumirem seu papel na criação dos filhos, como sendo responsabilidade (quase) exclusiva da mãe (Budig & England, 2001; Coreell et al., 2007). Porém, passada a gestação, que é algo que não pode ser delegado, o restante do trabalho com o recém-nascido poderia ser compartilhado, mas em vez de debater essa questão, produz-se socialmente uma ideia de "espírito materno" (Souza, 2020), que justificaria os sacrifícios a serem enfrentados pelas mulheres, inclusive abdicar de seu trabalho (Tonelli, 2023).

## A teoria da ameaça de estereótipos e as mulheres na TI

O conceito de estereótipos de gênero é entendido através dos esquemas de gênero que, por sua vez, são estruturas cognitivas que consistem em uma rede de associações que organizam e guiam o processamento de informações relacionadas ao gênero. Esses esquemas são desenvolvidos desde a infância e são influenciados por fatores culturais e sociais (Bem, 1981).

Dentre as teorias que fornecem estrutura analítica para abordar a presença dos estereótipos de gênero em áreas de sub-representação, como é o caso das mulheres no empreendedorismo na área de TI, destaca-se a Teoria da Ameaça do Estereótipo (TAE) (Steele & Aronson, 1995; Steele, 1997). A ativação de um estereótipo pode mediar os efeitos da chamada Ameaça do Estereótipo. Esta ameaça é percebida quando um indivíduo acredita que seu desempenho em uma situação específica será prejudicado devido às características negativas associadas ao seu grupo (Steele & Aronson, 1995). Em outras palavras, a TAE compreende as formas e dimensões do impacto dos estereótipos na cognição do sujeito ameaçado (Santos, 2018). Contudo, Appel e Weber (2021) alertam que a ação de estereotipar só afeta indivíduos que se identificam com o grupo estereotipado, enquanto indivíduos não estereotipados poderiam mostrar um aumento no desempenho.

Em caminho semelhante, Kray et al. (2002) mediram as lacunas de gênero nas expectativas de desempenho no contexto da ameaça do estereótipo antes do início de uma tarefa, documentando a relação entre a expectativa e o desempenho não contaminados por desempenho anterior. Além disso, os resultados sugerem que o estereótipo só será regenerado caso sejam redefinidas as características que são normalmente associadas à eficácia da tarefa. Com isso, os autores apontam traços considerados de um "bom negociador" do gênero masculino, que seriam: assertividade, habilidade em solucionar problemas, bem-informado, preparado, racional e paciente. Os resultados deste estudo fornecem argumento de que o contexto afeta a forma como os indivíduos negociam. Pensamentos prévios (preconceitos, por exemplo) e estereótipos dos negociadores podem incidir sobre a determinação da vantagem relativa de homens sobre as mulheres à mesa de barganha.

Em dois experimentos de Davies et al. (2005), a Teoria da Ameaça do Estereótipo foi testada após indivíduos assistirem comerciais de TV que projetavam encorajar tais características. No primeiro experimento, foi investigado se a exposição aos comerciais estereotipados poderia minar as aspirações das mulheres em uma tarefa de liderança. Já no segundo, uma medida implícita de estereótipo de ativação testaria se a exposição ao estereótipo de gênero composto iria eliciar o estereótipo feminino, e se o resultado do nível de ativação de estereótipo mediar o efeito dos comerciais sobre as aspirações das mulheres. Para os autores (p. 285), "através da criação de ambiente seguro de identidades, a suscetibilidade à ameaça de estereótipo pode ser eliminada, apesar da preparação de identidades sociais estigmatizadas e seus estereótipos correspondentes", ou seja, ambientes não ameaçadores não ativam de forma espontânea estereótipos estigmatizados da identidade social. Os resultados mostraram que as mulheres que assistiram estereótipos de gênero presentes em comerciais

ativaram estereótipos femininos, ao contrário das mulheres que viram comerciais neutros. Apesar disso, conforme a descoberta da teoria, a ativação do estereótipo é prevista apenas em mulheres vulneráveis a esse tipo de ameaça, o que significa que mulheres que se sentem seguras moderam os efeitos da ameaça estereotipada.

Na investigação de Appel e Weber (2021, p. 154), a ameaça estereotipada surge em um significado mais amplo: aspectos de "ideias dominantes, verdades incontestáveis, suposições subjetivas". Eles pontuam que, sempre que os indivíduos são confrontados com um estereótipo, o grupo é desprezado ou geralmente desvalorizado em um contexto específico. Caracterizado como um estado de desconforto, estereótipos negativos só afetam pessoas de um grupo retratado negativamente. Há também pesquisas que caracterizam atributos específicos característicos de cada estereótipo de gênero (Bem, 1974, 1981). Sendo assim, apesar de ativado desde o nascimento com a cor de roupa, nome e brinquedo específico, os estereótipos vão sendo definidos ao longo do desenvolvimento contínuo do indivíduo perante suas experiências e socialização (Bem, 1981). Há autores que caracterizam a atividade profissional a partir das diferenças mostradas no comportamento dos empresários pelo "sexo biológico" (Perez-Quintana & Hormiga, 2015), isto é, uma perspectiva ainda mais estereotipada.

Dentre as possíveis "saídas" para a superação dos estereótipos, Adamus et al. (2021) sustentam que o estereótipo de gênero feminino só começa a diminuir à medida que mais mulheres entram nas indústrias de alto crescimento, como as empresas de tecnologia. Lages (2005), por sua vez, afirma que os estereótipos de gênero feminino são potencialmente criados pela cultura de um povo. Para ele, o fato de o trabalho feminino ser constantemente atrelado a atividades domésticas é um dos fatores de maior contribuição para esses rótulos, mas não se trata apenas desse aspecto; o trabalho das mulheres, visto como se fosse secundário, vai além e concerne sobre a centralidade da reprodução social na manutenção do modelo de dominação capitalista.

Visando identificar a percepção do gênero masculino sobre as mulheres que atuam na área de TI no mercado de trabalho, César Machado et al. (2021) basearam-se em uma survey e apontam a ausência de mulheres atuantes no ramo. A amostragem retornou uma taxa de 45% dos participantes que consideram que as barreiras sociais são mais frequentemente enfrentadas pelas mulheres nas empresas de TI; destes, 19% dos participantes testemunharam algum tipo de discriminação, assédio ou "brincadeiras" inadequadas. A partir dos feedbacks dos participantes, existiriam muitos homens que apoiam a inserção das mulheres em empresas de TI, pois, segundo eles, não é o sexo do profissional que importa para as empresas, e sim a capacidade que possui para desempenhar o seu trabalho e obter bons resultados. Contudo, se isso fosse critério, estaria subentendido que as mulheres não estão atuando na área de TI por não possuírem as competências necessárias.

César Machado et al. (2021) ainda manifestam que, mesmo que a área de TI ainda seja uma das que mais possui déficit do gênero feminino, há muitos entusiastas de programas que visam incentivar o aumento da participação mulheres nesta área, mas justificam que a ausência do gênero feminino em empresas de TI trata-se também de afinidade, ou seja, elas não teriam interesse. Mais uma vez, como se pode inferir, na tentativa de combater os estereótipos, eles são reforçados, pois, em resumo, se há mais homens que mulheres trabalhando com TI é por eles serem mais competentes e elas não se interessarem, dois estereótipos que não se sustentam teórica e empiricamente.

Observa-se que o machismo presente nas relações sociais atravessa os muros corporativos e se reveste de justificativas pseudoprofissionais para manter as mulheres longe de postos de trabalhos com maiores possibilidades de renda, como no setor da tecnologia da informação (Metcalf, 2010; Cheryan et al., 2017). Por isso, Adom e Anambane (2019) reiteram que o estereótipo de gênero atua como uma espécie de "empurrão" para a atividade empreendedora feminina, gerando empresárias movidas pela necessidade em vez de orientadas pela oportunidade.

Visentini et al. (2021) também ressaltam a marcante ausência feminina na área de TI, observada na própria amostragem para as entrevistas das pesquisas. Das 31 entrevistas realizadas, apenas oito eram mulheres. Apesar de terem sido procuradas, especialmente nos cursos de graduação, não foram encontradas. Cabe destacar o seguinte trecho:

[...] até o momento, os avanços conquistados pelas mulheres no mercado de trabalho não superaram as limitações impostas pelo sistema capitalista, uma vez que mulheres têm maior dificuldade de ocuparem posições de prestígio, não por fatores biológicos ou naturais, como dita o patriarcado, intrínseco ao capitalismo, mas por fatores exteriores e castradores de capacidades de minorias — entre elas, a categoria mulher —, sobretudo, no campo da tecnologia (Visentini et al., 2021, p. 35).

As mulheres entrevistadas na pesquisa de Visentini et al. (2021, p. 34) relatam que há "um esforço para ganhar espaço, bem como para obter uma posição mais alta, visto que estas são predominantemente ocupadas por homens", corroborando a constatação de que a área de TI constitui um espaço marcado pela presença masculina, mas também contradizendo a afirmação supramencionada de que as mulheres não se interessariam por TI.

O estudo de Petró et al. (2021) aborda aspectos que influenciam a formação de trajetórias profissionais femininas na área de TI, a partir das trajetórias escolares e profissionais de egressas de um curso técnico em informática integrado ao ensino médio. Eles destacam as formas de preconceito de gênero no curso e as formas de discriminação no mundo do trabalho, ainda que quase sempre veladas. Relatos colhidos revelam que, para muitas das mulheres consultadas, a experiência no estágio trouxe crescimento no aprendizado, mas que em diversas situações os locais de trabalho não eram os mais propícios, não servindo de estímulo para seguir na profissão. Os autores destacam a importância de a instituição de ensino atentar para esses aspectos. Já Romano et al. (2020) abordam as principais razões pelas quais as mulheres são minoria nas áreas de exatas e tecnológicas e os impactos na sociedade, além de avaliarem aspectos sociais que levam em consideração a atual sociedade patriarcal que oprime o gênero feminino. As autoras declaram haver falta de exemplos femininos em grandes empresas de TI, fator que contribui para a exclusão das mulheres na área tecnológica, "exemplos de mulheres donas de sua própria empresa ou que ocupam cargos importantes são poucos, e pouco se sabe sobre elas" (Romano et al., 2020, p. 155).

À luz dos estudos revisados, é possível inferir que os efeitos da ameaça dos estereótipos podem se refletir como podem influenciar na escolha da vida profissional ou na intenção empreendedora (IE) de uma pessoa que possui identidade estereotipada e vive em um contexto ameaçador a sua identidade, especialmente em mulheres que estudam ou atuam em áreas tecnológicas. É importante ressaltar que o público foco desta pesquisa são as mulheres em um curso de TI, em que são frequentemente minoritárias. O estudo desta problemática contribui com a compreensão de como estereótipos de gênero afetam negativamente a IE. Conforme discutido por Saffioti (2015), o machismo e a opressão de gênero são fenômenos enraizados nas relações socioeconômicas e culturais criando barreiras significativas para as mulheres no mercado de trabalho. Portanto, a academia tem um papel vital em aprofundar a análise de preconceitos e opressões que as mulheres enfrentam, especialmente em campos predominantemente masculinos como o da TI, o que pode contribuir com estratégias eficazes que promovam igualdade de gênero e empoderem as mulheres a superarem barreiras.

## MÉTODOS

A filosofia adotada nesta pesquisa é o construtivismo (Saunders et al., 2009), pois “reconhece a importância da criação humana subjetiva de significado, mas não rejeita totalmente alguma noção de objetividade. O pluralismo, não o relativismo, é enfatizado com foco na tensão dinâmica circular entre sujeito e objeto” (Crabtree & Miller, 1999, p. 10). Por sua vez, a escolha metodológica adotada foi a qualitativa. Esta ótica está especialmente preocupada com o contexto de certos fenômenos (Saunders et al., 2009). O método qualitativo é um termo abrangente de uma série de técnicas interpretativistas que descrevem, decodificam e traduzem fenômenos que ocorrem naturalmente no mundo social (Van Maanem, 1979). É descrita como o estudo do significado da vida das pessoas nas condições da vida real, representando as opiniões e perspectivas, abrangendo as condições contextuais. Portanto, está em sintonia com os objetivos e o problema desta pesquisa.

A estratégia de pesquisa adotada foi a qualitativa básica ou genérica, a qual se concentra no significado construído pelos seus participantes, nos moldes de Merriam e Tisdell (2015). Essa estratégia se faz adequada, uma vez que é capaz de captar o contexto dos participantes. Gibbs (2009, p.186) considera que esta visão retrata o mundo social, cultural e seus sentidos como criação da interação social humana, sendo assim, construídos socialmente.

O universo dessa pesquisa é composto por estudantes do gênero feminino do curso Bacharelado em Tecnologia da Informação (BTI) ofertado pelo Instituto Metrópole Digital (IMD), que integra a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). O IMD é considerado uma das referências nacionais em inovação, tecnologia da informação e empreendedorismo. A amostra foi inicialmente selecionada por intencionalidade. No entanto, houve dificuldades no acesso às entrevistadas, dado que o número de alunas é significativamente menor em comparação aos alunos do curso. Por isso, como estratégia alternativa, utilizou-se um segundo critério para localizar outras participantes-chave, a técnica snowball (bola de neve). Esta consiste em identificar o primeiro participante, que, por sua vez, indica os próximos participantes da pesquisa. Esse procedimento é particularmente adequado para pesquisas qualitativas, especialmente quando a identificação e o acesso aos participantes são desafiantes (Merriam & Tisdell, 2015).

Quanto à seleção das participantes, a estratégia utilizada foi a homogênea. Sampieri e Collado (2013) acreditam que nesse tipo de amostra as unidades selecionadas possuem um mesmo perfil, ou características ou, ainda, compartilham traços similares. Esta abordagem é particularmente útil para explorar de maneira aprofundada aspectos específicos do fenômeno dentro de um contexto. No caso em análise, a escolha intencional foi para indivíduos (estudantes mulheres do curso de BTI) que compartilham características similares, formando um grupo relativamente uniforme. O propósito é se centrar no tema a ser pesquisado ou ressaltar situações, processos ou episódios em um grupo social.

Quanto ao recorte temporal, essa investigação empírica foi realizada no seu horizonte transversal, entendendo a perspectiva da intenção empreendedora sob o olhar das alunas em um dado momento, sem alterações da passagem de tempo. Os dados foram coletados por intermédio de entrevistas semiestruturadas (Flick, 2013) na modalidade presencial, tendo como referência um roteiro prévio com nove questões, testado previamente com três estudantes. Após ajustes e validado por duas pesquisadoras seniores, foi gerado um novo roteiro de entrevista com 20 questões focadas no empreendedorismo feminino na TI, englobando os tópicos Motivação, Apoio e iniciativas, Estereótipos de gênero, Fatores de impedimento, Educação empreendedora e Intenção empreendedora.

Como abordagem de análise de dados, tem-se o raciocínio dedutivo adotado de forma mais predominante, visto que as interpretações dos fenômenos apresentadas têm como base a literatura revisada. Deste modo, as categorias teóricas de análise eram conhecidas previamente, embora tenha sido possível incorporar um pouco de indutivismo, quando emergiram novas categorias a partir das falas das entrevistadas. Para o escopo deste estudo, destacam-se os tópicos de Estereótipos de Gênero e Intenção Empreendedora. O primeiro busca compreender como as percepções e preconceitos relacionados aos papéis de gênero influenciam a experiência das alunas. O segundo refere-se ao desejo ou plano de iniciar um negócio próprio ou se envolver em atividades empreendedoras no futuro. A relação entre essas categorias pode revelar barreiras significativas para as alunas, afetando negativamente suas intenções, percepções e capacidades. Esse tema é crucial para identificar as dificuldades enfrentadas por mulheres em áreas predominantemente masculinas.

Para a análise dos dados obtidos, foi escolhida a técnica de análise de conteúdo categorial/temática de Bardin (2016), em três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados obtidos com a interpretação. Como foi um processo não linear, mas de idas e vindas (entrelaçamento), optou-se por mesclar os procedimentos de Gibbs (2009). Na fase de pré-análise do material, foi feita a codificação linha a linha, com base em um dicionário de códigos prévios, contendo conceitos teóricos utilizados no levantamento de estudos anteriores. Ao final desse ciclo, o conteúdo das nove entrevistas gerou 36 códigos. Na fase de exploração do material, foi feita a codificação focalizada, onde ocorreu a reconfiguração para adequação dos códigos em categorias e uma nova consulta na revisão da literatura. Nesta segunda fase, restaram quatro categorias. A última etapa da análise envolveu o tratamento dos resultados obtidos e a interpretação, por meio de inferências e conexão de ideias, a qual se apresenta na próxima seção.

No processo inicial de análise, o tema central da investigação foi “aspectos de gênero” para entender a relação com a intenção empreendedora. Esse tema se dividiu inicialmente em duas categorias prévias: “estereótipos de gênero” (percepções sobre os papéis de gênero) e “machismo estrutural” (referindo-se às manifestações de machismo enraizadas nas estruturas sociais e educacionais). É importante ressaltar que, embora do ponto de vista teórico haja imprecisões, conforme exposto na seção 2 deste artigo, decidiu-se considerar ‘machismo estrutural’ como uma categoria analítica para preservar a percepção das entrevistadas, como um código ‘in vivo’.

No transcorrer da análise qualitativa de conteúdo, dois novos códigos emergiram da análise: “dificuldade de financiamento” (obstáculo significativo que dificultaria a realização da IE) e “inspiração social” (referindo-se às influências sociais que motivam e inspiram as alunas a considerar a prática). Ao final, quatro categorias foram analisadas, as quais relacionam em si: estereótipos de gênero, machismo estrutural, inspiração social e investimento. Na incidência das falas, a categoria “estereótipo de gênero” obteve maior quantidade de citações (15), enquanto “machismo estrutural” teve 10 referências. Quanto à análise de coocorrência, foram identificadas passagens da subcategoria “estereótipo de gênero” e “machismo estrutural” com aspectos que dificultariam o investimento em um possível novo negócio devido à dificuldade de acesso a financiamento.

Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética na Pesquisa (CEP) da UFRN, sob número CAAE 56622322.7.000.5292. Com a autorização da pesquisa, foram realizadas nove entrevistas no mês de junho de 2022, em uma sala reservada nas dependências do IMD. Os áudios das entrevistas foram gravados com o celular, posteriormente foram transcritos para o Word e exportadas para o software ATLAS.ti® versão 8.4.24, que apoiou as análises.

## RESULTADOS E ANÁLISE

Como perfil das entrevistadas, têm-se que são todas solteiras, com faixa etária de 18 a 23 anos e a maioria reside na região metropolitana de Natal/RN e possui formação técnica anterior em “Informação” pelo Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN). Os períodos do curso variam do primeiro semestre (6 alunas), terceiro semestre (2 alunas) e quinto (1 aluna). Para preservar o anonimato, os nomes das alunas são fictícios: Carmen, Fátima, Glenda, Joyce, Nicole, Sandra, Tânia, Vânia, Virgínia.

### Estereótipo de gênero

Quanto à categoria “estereótipo de gênero” relacionada com o empreendedorismo, três entrevistadas (Tânia, Joyce e Fátima) declararam que os homens são mais incentivados a empreender, sendo essa atividade considerada específica do gênero masculino. Elas consideraram também que os homens levariam vantagem na área de TI, como se depreende das falas:

Quem é mais incentivado a empreender são os homens, as mulheres não são tão incentivadas assim, embora hoje em dia esteja crescendo. [...] O empreendedorismo é mais cultivado no setor dos homens, então é mais comum homens no empreendedorismo. [...] Às vezes é mais difícil para uma pessoa comprar uma ideia que veio de uma mulher. (Tânia)

É uma área que, predominada por homens; são só homens que estão aqui [no IMD], e isso é algo que a gente tem, tem quebrado esse paradigma, tentado trazer mais mulheres para área de TI. [...] Eu acredito que as mesmas condições sim, mas chances, não. E infelizmente, isso é algo bem recorrente na nossa área, né? (Joyce)

A entrevistada Fátima acrescenta que, além do homem ser mais incentivado no mundo dos negócios e na área de TI, o homem levaria vantagem em todas as áreas; ela chega mesmo a relatar um “setor dos homens”, o que demonstra sua percepção sobre as diferenças entre os gêneros. A participante também afirma que as pessoas não costumam levar mulheres da área de TI a sério.

Com certeza é muito mais fácil entrar em qualquer ramo, sendo o homem, especialmente na parte de tecnologia. [...] As pessoas não costumam levar a gente a sério quando a gente tá aqui na faculdade de TI, sabe? Você pode ver que não tem incentivo para uma mulher entrar nessa área, nem nada. Por exemplo, na nossa turma tem seis meninas. Então, tipo, além de ser um nicho, que já tem pouca gente, é como o empreendedorismo, poucas pessoas ainda vão procurar. Além disso, tem todo o preconceito. (Fátima)

Seguindo a mesma linha das três participantes acima, Sandra e Vânia reforçam a ideia de que os homens levam vantagem tanto na atividade empreendedora, quanto na área de TI, mas, dessa vez, elas comparam as relações de gênero:

Imagine que você está em uma vaga para trabalhar, e tem você e do lado tem um homem, então se ele tiver um fio de cabelo a mais que você de experiência, ele já passa na sua frente. [...] Tem aquela questão do preconceito. (Sandra)

[Tinha] uma relação ruim de comparação, e isso colocava as meninas para baixo em relação a uma situação que elas não sabiam programar, não tinha esse conhecimento, sendo que, na verdade, isso é mentira. (Vânia)

Por sua vez, Glenda alega que a ideia de vantagem não é verdadeira na maioria dos casos, mas que existem “áreas específicas” para cada gênero. Essa passagem confirma a presença do estereótipo de gênero, inclusive entre as mulheres participantes do estudo:

Isso não é verdade na maioria dos casos, mas provavelmente deve ter alguma área que as mulheres são mais indicadas do que homens. Alguma coisa tipo específica. [...] Eu confio mais numa mulher para certos...certas coisas, que eu tenha que fazer, tipo coisas de beleza. Não sei se eu iria confiar em um homem, porque...não sei. É do meu preconceito. Eu não sei se em todo mundo se sente assim ou só eu. [...] Você vai abrir um negócio de depilação, muito provavelmente mais mulheres vão procurar esse negócio e mais mulheres vão se sentir confortáveis. Então, eu acho que têm pequenas áreas, pequenos nichos, mas, mesmo assim, são nichos específicos. (Glenda)

### Machismo estrutural

No que diz respeito à categoria “machismo estrutural”, o código “investimento” emerge em algumas passagens. O machismo é algo percebido no cotidiano das participantes. Nota-se essa perspectiva no discurso de Carmen e Sandra:

As mesmas condições, não, porque quando a gente tá falando...se você falar de uma mulher ser chefe, às vezes é mais fácil um homem ser chefe, é mais aceito, nem todo o cara aceita ser comandado por uma mulher. Eu sei que hoje é menor, mas não tem igualdade ainda. (Carmen)

Tem aquele caso do machismo que está enraizado, infelizmente, então às vezes o homem acaba passando na frente da mulher. (Sandra)

A categoria “machismo estrutural” pode estar presente ainda na forma como uma palavra está associada ao universo masculino. Por exemplo, a estudante Tânia argumenta que isso pode influenciar o afastamento das mulheres dessa atividade, quando menciona: “A mulher é “menos”, pode ser menos incentivada. [...] Se eu falar em empreendedorismo é no masculino”.

O machismo, ademais, manifesta-se como causa das desigualdades entre os gêneros em cinco discursos (Sandra, Nicole, Virginia, Glenda, Joyce), abrangendo manifestações ocorridas seja no curso técnico, na universidade, na área de exatas ou no mercado de trabalho. Sobre as possíveis razões para haver mais chefes do gênero masculino, as estudantes assim se manifestaram:

Devido ao machismo mesmo (Sandra)

Sociedade em si. Tudo enraizado na sociedade. (Nicole)

Isso tá enraizado, como a gente sabe, o pessoal tem muito preconceito com relação às mulheres, então às vezes, eu já senti isso também em meu curso do técnico. Os meninos eram mais bem vistos do que as meninas. E a gente também era uma relação que jogava sempre para baixo, que a gente não tinha conhecimento, a gente não sabia programar. Então isso acaba gerando uma visão ruim. (Vânia)

É o jeito que nossa sociedade foi construída principalmente nessa área de exatas, de engenharia, que sempre foi voltada mais para homens. (Glenda)

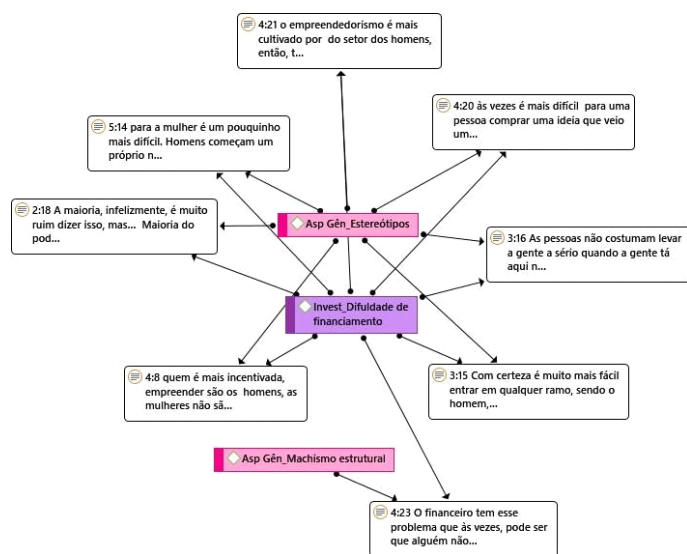
Porque vivemos em uma sociedade bem machista. A nossa sociedade tem essa estrutura, infelizmente. Eu vejo que hoje a gente tem uma predominância muito grande dos homens nessas grandes empresas, aí esses, essas oportunidades maiores de emprego. Não é apenas na universidade, mas no mercado de trabalho também, né? Eu acredito que é uma luta para as mulheres lá fora conseguirem também encontrar o seu lugar no meio desse universo que a gente tem hoje. Essa sociedade que a gente tem hoje, tá? (Joyce)

O machismo é reconhecido pelas entrevistadas como algo enraizado na sociedade que constrói as relações e ordenam elementos que parecem comuns, como é o caso de maior incidência de homens em cargos de chefia.

Com relação à categoria emergente “**Dificuldade de financiamento para empreender**”, as entrevistadas percebem-na como um fator que dificulta o financiamento, e isso se tornar um obstáculo na intenção de ter o próprio negócio (Figura 1).

Figura 1

Coocorrência entre estereótipo e dificuldade de financiamento



Nota: Elaborada pelos autores.

Para ilustrar a questão, algumas estudantes relacionam o estereótipo da dificuldade das mulheres em conseguirem capital para seu negócio. A participante Virgínia raciocina que a maioria do dinheiro estaria em mãos dos homens e que isso possivelmente seria um fator de impedimento para ela conseguir um investimento, enquanto Nicole demonstra uma crença desmotivadora para as mulheres de TI abrirem seus próprios negócios, conforme as citações:

A maioria, infelizmente, é muito ruim dizer isso, mas... a maioria do poder do capital pertence aos homens, assim...a maioria. Eu não conheço muitas mulheres investidoras empreendedoras, não conheço. Então eu ia ter que recorrer a homens para pedir um investimento para a minha ideia, digamos assim. Então eu acho que é...isso seria injusto, porque não teria o mesmo peso, sabe? (Virgínia)

Para a mulher é um pouquinho mais difícil. Homens começam um próprio negócio, pode ser qualquer besteira e eles têm mais chances de conseguirem investimento necessário, eles acreditam mais. Já as mulheres são facilmente desmotivadas pelas pessoas. Não tem tanto investimento como se não fosse algo importante. Daí ela tem mais tendência a desistir ou o projeto dela falhar. Porque as pessoas não têm tanto interesse. (Nicole)

As falas confirmam o estudo de Jonathan (2003) que aborda as dificuldades das mulheres conseguirem financiamento devido ao gênero. A percepção delas também segue o modelo de pesquisa de Steele e Aronson (1995), em que situações ameaçadoras levam os membros de um grupo a acreditar que o critério de avaliação do desempenho será baseado em crenças e julgamentos estereotipados.

### Inspiração social

A categoria "Inspiração Social" surgiu na conversa com a segunda entrevistada (Virgínia) sobre as condições e chances de sucesso das mulheres em terem um negócio próprio. A pesquisa de Malmstrom e Oqvist (2021) trata de forma indireta desse conceito, uma vez que trata a identidade empreendedora como uma perspectiva enraizada em crenças induzidas pelo contexto social e cultural. A fala da estudante que deu origem a categoria tratada é a seguinte:

A mulher tá um pouco em desvantagem. Você teve dificuldade de encontrar mulheres até aqui para pesquisar! Imagina empreendedoras! São pouquíssimas, e assim, eu nem conheço. [...] Eu não conheço ninguém de tecnologia. (Virgínia)

Desse modo, quando questionadas sobre empreendedoras de sucesso, a empresária Luísa Trajano (da rede de lojas Magazine Luiza) foi a mais citada, recebendo quatro menções.

A estudante Tânia refere-se também à empresária Natália Arcury e ao programa Shark Tank (um reality show sobre aspirantes a empreendedores). Este último também é citado por Virgínia. Na fala de Glenda, surgem os nomes das cantoras e empresárias Luísa Sonsa, Anitta e Rihanna; e da empresária Bianca Andrade (do ramo de cosméticos, conhecidos como Boca Rosa), por meio da Joyce.

Empreendedoras de sucesso. Me vem nome muito de pessoas, artistas, não é? Famosas. Mas que não são da área de tecnologia. Eu não acompanho, mas eu lembrei agora, como a Boca Rosa, empreendedora. É! Aí que a gente percebe, percebe como é difícil, como é complicado, empreendedoras de sucesso. [...] Com certeza têm. Mas até o fato de eu não estar me lembrando nesse momento, mostra como são poucas. (Joyce)

Também foram relatadas situações em que as estudantes não possuíam referências femininas de "sucesso no mundo dos negócios" (Nicole e Vânia). Nicole chega a referenciar um empresário e, quando questionada sobre o exemplo ter de ser do gênero feminino, a universitária afirma não conhecer. Já Vânia tem dificuldade em apontar, mas menciona uma professora da escola técnica que ensinava gestão, como pode ser visto nas falas:

Tem milionário, por exemplo, o Elon Musk. [...] Tem que ser mulher? Aí eu tenho dificuldade em falar nomes. Não. Sucesso, sucesso eu acho que não. (Nicole)

Nossa, agora você me pegou. [...] Sobre mulheres empreendedoras, a minha professora de gestão, ela era muito boa. (Vânia)

Essa dificuldade de apontar tais referências é confirmada pelo estudo de Silveira e Costa (2012) o qual aponta que o processo de empreender também incide sobre o sistema capitalista através da ideologia patriarcal na exploração do sexo feminino.

Em relação aos modelos femininos da área de TI, que seriam objetos de inspiração, a maioria das participantes (sete) não soube opinar, com exceção da nona participante (Joyce) que citou Rafaela Ballerini e Thifanny. Porém, essa segunda referência feminina foi apresentada somente após a entrevistada consultar o celular. Esses resultados são ratificados por Romano et al. (2020) que alicerçam que a falta de exemplos femininos contribui para a exclusão das mulheres na área de TI. As falas a seguir refletem esse pensamento.

Eu não conheço ninguém de tecnologia. (Virgínia) Que eu me lembre, não. (Fátima)

Não que eu me lembre agora. (Tânia)

Mulher? Não uma mulher em si. Eu acho que qualquer mulher que tenha na área de tecnologia me inspira, porque não é uma área que tenha muitas mulheres. Uma mulher em si eu acho que não tem. No geral as que estão na tecnologia e não tá desistindo...amigas, desconhecidas. (Nicole)

Não conheço. (Sandra)

Não. Não, não conheço nenhuma mulher. Não diretamente relacionada a minha área, mas que se aproxima, sim. Uma professora do IFRN me inspirou a estar aqui. (Vânia)

Realmente eu não tenho ninguém da área de TI que me inspire. (Carmen)

Existe uma. É uma moça que também é youtuber. O nome dela é Rafaela Ballerini. E ela trabalha com a parte front-end. Eu acho muito legal, eu sempre acompanho, não apenas ela, mas outras mulheres na área de TI, que tenham o Instagram, elas compartilham, e eu acho muito necessário, porque me inspira a continuar. Eu acredito que

inspira muitas outras pessoas também e, principalmente mulheres, meninas na área de TI. Isso é muito importante. [...] Posso? Eu gosto muito de me inspirar, pelo Instagram, às vezes, das pessoas que eu acompanho, em relação a área de TI, eu sigo predominantemente são meninas que acompanham que são dessa área. Eu achei outra moça. O nome dela é Thifanny. Essa Rafaela é do Brasil, essa aqui eu não sei de onde é, mas ela não é brasileira, mas é também da área de tecnologia. (Joyce)

A categoria “machismo estrutural” mais uma vez pode ser a causa de existirem poucas referências femininas no empreendedorismo e ainda é mais crítica na área de TI. Como depreende-se das falas das estudantes, a atividade é dominada por homens, portanto, isso afeta as intenções de se continuar no mercado de TI como profissional e também no desejo de empreender um negócio próprio.

Como falei anteriormente, o empreendedorismo é mais cultivado no setor dos homens. Eu não tenho 100% certeza porque não têm dado sobre isso, mas aparentemente são menos mulheres que homens empreendedores, então as mulheres empreendedoras são pouco faladas, então você ver menos em destaque. (Tânia)

Porque têm poucas e as que têm estão escondidas para o povo pensar que não têm, sabe? O sucesso...é difícil pensar nelas, são escondidas mesmo. (Nicole)

Eu acho que é porque o mercado é dominado por homens, aí dá nisso. (Sandra)

Porque existem poucas. Provavelmente. (Vânia)

Eu acho que um é falta de... de ...divulgação. Esse tipo de... informação. Porque, por exemplo, Elon Musk tem 347 sites falando do Elon Musk. Mark Zuckerberg...até porque eles têm mais espaço na indústria e por isso eles são mais famosos. Mas eu acho que uma parte é incompetência minha mesmo que eu não fui procurar. (Glenda)

Em resumo, os resultados desses tópicos estão em sintonia com os fundamentos da literatura. Além disso, a atividade empreendedora na área de TI é mais uma vez tratada como algo específico do gênero masculino, e a falta de modelos femininos em papéis de destaque interfere na simples possibilidade dessas mulheres se inserirem no campo.

## CONCLUSÃO

O objetivo principal do trabalho foi respondido, uma vez que, na percepção das entrevistadas, a área da TI é hostil à inserção das mulheres que desejam abrir seus negócios voltados para a tecnologia da informação. A intenção empreendedora é percebida como uma atividade mais pertencente ao gênero masculino, que recebe mais incentivo no mundo dos negócios e na área de TI do que as mulheres.

Os estereótipos de gênero foram relatados como comuns, quando as entrevistadas afirmam haverem atividades mais propícias para homens do que para mulheres. Outras entrevistadas reafirmam que a dificuldade de inserção e permanência das mulheres na área da TI não se dá por falta de capacidade técnica, mas por ser um campo dominado pelos homens, que desqualificam o trabalho feminino. Evidenciou-se que as mulheres convivem diariamente com os estereótipos de gênero e o quanto isso afeta suas escolhas.

O machismo é percebido como um problema social, que se manifesta como causa das desigualdades entre os gêneros (e com efeitos, neste caso, também) na área de tecnologia. O estereótipo de gênero e o machismo são percebidos pelas entrevistadas como aspectos que dificultam o financiamento, tornando-se mais um obstáculo na obtenção do próprio negócio. Fica implícita a opressão e a exploração, visto que as mulheres passam por mais dificuldades para alcançar postos de trabalhos com maiores rendimentos e isso também se dá na área de TI.

Essa percepção da atividade como específica do gênero masculino, impede as mulheres de considerar sequer a prática, principalmente em situações em que precisem de investimento, como é o caso do empreendedorismo em TI. A ideia subjacente é que isso afasta as estudantes de um pensamento mais ousado quanto às suas ambições futuras ligadas ao empreendedorismo.

O estudo também mostrou a carência da autorrepresentação de figuras femininas no empreendedorismo em TI, assim como em posições de liderança em negócios. Tentando entender esse fenômeno, após o estudo ser concluído, as pesquisadoras buscaram saber da Coordenação do curso de BTI sobre a proporção de mulheres entre o corpo docente da unidade de ensino e entre o alunado. O resultado obtido foi que as mulheres representam apenas 20% dos professores do Instituto, mas não houve resposta sobre a proporção de alunas. Pelo relato das entrevistas realizadas, ficou claro que as mulheres também são minoria entre os discentes de BTI. Essa sub-representação pode ser o reflexo da ideologia patriarcal do contexto social brasileiro que naturaliza preconceito e estereótipo de gênero.

Outro aspecto a se destacar é a categoria Inspiração Social, pois a identidade empreendedora é cognitivamente enraizada em crenças onde o contexto social induz as decisões de se ter um negócio (Malmström & Öqvist, 2021). Entretanto, ainda é preciso discutir que, no Brasil, as iniciativas empreendedoras estão, em sua grande maioria, relacionadas com negócios de baixa complexidade, baixo faturamento e sem inovação, de modo que o modelo schumpeteriano de empreendedor inovador, como seria no campo da TI, é relativamente incipiente no país (Ferraz, 2020), e como foi possível perceber nesta pesquisa, mesmo esses poucos casos são dominados pelos homens.

Com base nos achados, não parece estranho que as entrevistadas relatem que não estão inclinadas ao empreendedorismo, ao contrário, estão mais propensas a um trabalho formal com direitos assegurados na área da tecnologia da informação. Porém, as desigualdades de gênero são a tônica na realidade econômica do mercado de trabalho, como mostrado na introdução deste estudo. Desta maneira, é necessário pautar as discussões sobre inovação e desenvolvimento econômico e social à luz das desigualdades que afetam e destroem o tecido social.

A principal limitação deste estudo se deve ao pequeno número de entrevistadas, embora tenha sido utilizada a técnica da saturação teórica para dar sustentação às análises. Outra limitação é que a intenção em empreender não foi comparada entre os estudantes dos gêneros masculino e feminino. Além disso, entrevistas com maior diversidade de períodos de curso distintos poderiam aprofundar as contradições entre as percepções das estudantes, dado que, com a experiência acumulada, elas teriam maior capacidade técnica e confiança. Esse avanço poderia resultar em uma rede de networking mais robusta, composta de professores, colegas, profissionais, levando a uma visão mais realista e informada sobre as oportunidades e/ou barreiras no campo de empreendedorismo em TI. Ademais, tal abordagem poderia ou não evidenciar a importância de iniciativas de apoio contínuo para as estudantes em todas as fases de sua formação acadêmica. Também pode ser mencionado como limitação a não utilização da triangulação dos dados, conforme sugerido por Souza et al. (2019), como estratégia para corroborar com a qualidade da pesquisa.

Outros insights relevantes para o aprofundamento da articulação entre o objeto e as implicações de políticas públicas de Ciência, Tecnologia e Inovação (C&T&I) e das estruturas e modelos de gestão na área de TI consistem em desenvolver políticas públicas específicas para fomento ao trabalho nas mulheres na área da TI, sejam na pesquisa, no ensino ou no ecossistema de inovação. Tais ações devem ser apoiadas por campanhas educativas para desmistificação dos estereótipos e combate às formas de opressão (racismo, machismo e LGBTfobia) que abordem as múltiplas dimensões de discriminação e desigualdade com iniciativas que promovam a inclusão e a diversidade em todas suas formas a fim de criar um ambiente mais justo e inovador na TI.

Deste modo, com estudos futuros, sugere-se aprofundar o tema sobre opressão e exploração considerando tanto as questões de gênero, mas também de raça, de LGBTfobia, considerando que o crescimento da miséria e do desemprego afetam mais fortemente esses grupos que os demais. É possível ainda recomendar que seja realizada uma pesquisa quantitativa para testar modelos teóricos que abordam a intenção empreendedora de estudantes da área de TI. Por fim, seria relevante investigar as iniciativas de combate ao machismo e redução da desigualdade de gênero no setor de TI, desenvolvidas por empresas e governos.

### Financiamento

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

### Declaração de conflito de interesse

*Os autores declaram não existir conflito de interesses.*

### Declaração de contribuições individuais dos autores

Papéis	Contribuições		
	Borges L.	Ramos A.	Ferraz J.
Conceitualização	■	■	■
Metodologia	■	■	■
Software	■	■	■
Validação	■	■	■
Análise formal	■	■	■
Pesquisa / Levantamento	■	■	■
Recursos	■	■	■
Curadoria dos dados	■	■	■
Escrita - Rascunho original	■	■	■
Escrita - Revisão e edição	■	■	■
Visualização dos dados	■	■	■
Supervisão / Orientação	■	■	■
Administração do Projeto	■	■	■
Financiamento	■	■	■

Nota: Cf. CRediT (Taxonomia de Papéis de Colaborador): <https://credit.niso.org/>

### Ciência aberta: Disponibilidade de dados

*O conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo não está disponível publicamente.*

#### Etiqueta Descrição



Conforme informado aos(as) participantes no TCLE "os dados que você irá nos fornecer serão confidenciais e serão divulgados apenas em congressos ou publicações científicas, sempre de forma anônima, não havendo divulgação de nenhum dado que possa lhe identificar".



Não se aplica.



<https://doi.org/10.48331/scielodata.AHDAY8>



<https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2497pr>



Não se aplica.

### REFERÊNCIAS

- Adamus, M., Čavojská, V., & Šrol, J. (2021). The impact of stereotyped perceptions of entrepreneurship and gender-role orientation on Slovak women's entrepreneurial intentions. *Gender in Management: An International Journal*, 36(6), 745-761. <https://doi.org/10.1108/gm-06-2020-0179>
- Adom, K., & Anambane, G. (2019). Understanding the role of culture and gender stereotypes in women entrepreneurship through the lens of the stereotype threat theory. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(1), 100-124. <https://doi.org/10.1108/jee-07-2018-0070>
- Appel, M., & Weber, S. (2021). Do Mass Mediated Stereotypes Harm Members of Negatively Stereotyped Groups? A Meta-Analytical Review on Media-Generated Stereotype Threat and Stereotype Lift. *Communication Research*, 48(2), 151-179. <https://doi.org/10.1177/0093650217715543>
- Balachandra, L., Briggs, T., Eddleston, K., & Brush, C. (2019). Don't Pitch Like a Girl!: How Gender Stereotypes Influence Investor Decisions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 116-137. <https://doi.org/10.1177/1042258717728028>
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edição 70.
- Bem, S. L. (1974). The Measurement of Psychological Androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155-162. <https://doi.org/10.1037/h0036215>
- Bem, S. L. (1981). Bem sex role inventory. *Journal of personality and social psychology*. <https://doi.org/10.1037/t00748-000>
- Borges, L. A. P. (2022). *Estereótipos de gênero na intenção empreendedora de universitárias da área de tecnologia da informação*. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal do Rio Grande do Norte. [https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFRN\\_cfb2324a4eee5af027977d1fc2968239](https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFRN_cfb2324a4eee5af027977d1fc2968239)
- Borges, L. de A. P., Ramos, A. S. M., & Ferraz, J. (2022). *Intenção empreendedora feminina sob a perspectiva dos estereótipos na área de TI: uma revisão sistemática*. <https://submissao.semead.com.br/25semead/anais/arquivos/1801.pdf>
- Bourdieu, P. (2001). *Masculine domination*. Stanford University Press.
- BRASSCOM. (2022). *Relatório de Diversidade no Setor de TIC 2022*. Brasília, DF, 2022. <https://brasscom.org.br/relatorio-diversidade-2022/>
- Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17(3), 256-268. <https://doi.org/10.1108/09534810410538315>
- Brush, C. G., Greene, P. G., Balachandra, L., & Davis, A. E. (2019). The gender gap in venture capital-Progress, problems, and perspectives. *Venture Capital*, 21(2-3), 115-136. <https://doi.org/10.1080/13691066.2017.1349266>
- Budig, M. J., & England, P. (2001). The wage penalty for motherhood. *American Sociological Review*, 66(2), 204-225. <https://doi.org/10.1177/000312240106600203>
- Carreira, S. da S., Franzoni, A. B., Esper, A. J. F., Pacheco, D. C., Gramkow, F. B., & Carreira, M. F. (2015). Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. *Navus - Revista de Gestão E Tecnologia*, 5(2), 06-13. <https://doi.org/10.22279/navus.2015.v5n2.p06-13.208>
- César Machado, J., Fonseca, B., & Martins, C. (2021). Brand logo and brand gender: examining the effects of natural logo designs and color on brand gender perceptions and affect. *Journal of Brand Management*, 28(2), 152-170. <https://doi.org/10.1057/s41262-020-00216-4>
- Cheryan, S., Ziegler, S. A., Montoya, A. K., & Jiang, L. (2017). Why are some STEM fields more gender balanced than others? *Psychological Bulletin*, 143(1), 1-35. <https://doi.org/10.1037/bul0000052>
- Correll, S. J., Benard, S., & Paik, I. (2007). Getting a job: Is there a motherhood penalty? *American Journal of Sociology*, 112(5), 1297-1338. <https://doi.org/10.1086/511799>
- Crabtree, B. F., & Miller, W. L. (1999). *Doing qualitative research*. Sage.
- Davies, P. G., Spencer, S. J., & Steele, C. M. (2005). Clearing the Air: Identity Safety Moderates the Effects of Stereotype Threat on Women's Leadership Aspirations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(2), 276-287. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.88.2.276>
- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573-598. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>
- Engels, F. (2019). *A origem da família, da propriedade privada e do Estado: Em conexão com as pesquisas de Lewis H. Morgan*. Boitempo Editorial.
- Faulkner, W. (2007). 'Nuts and Bolts and People': Gender-Troubled Engineering Identities. *Social Studies of Science*, 37(3), 331-356.
- Federici, S. (2004). *Caliban and the Witch: Women, the Body and Primitive Accumulation*. Autonomedia.

- Ferraz, J. M. (2020). Não são gigantes, são moinhos de vento: As desventuras dos/as empreendedores/as em terra brasilis. *Caderno De Administração*, 28, 76-81. <https://doi.org/10.4025/cadadm.v28i0.53675>
- Flick, U. (2013). *The SAGE handbook of qualitative data analysis*. Sage.
- Gibbs, G. (2009). *Análise de dados qualitativos: coleção pesquisa qualitativa*. Bookman Editora.
- Gimenez, F. A. P., Ferreira, J. M., & Ramos, S. C. (2017). Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de Um Campo de Pesquisa. *REGPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, 6(1), 40-74. <https://doi.org/10.14211/regepe.v6i1.450>
- Glass, J. L., Sasser, S., Levitte, Y., & Michelmore, K. M. (2013). What's so special about STEM? A comparison of women's retention in STEM and professional occupations. *Social Forces*, 92(2), 723-756.
- Guimarães, L. de V., Oltramari, A. P., Maca, D., Ferraz, J. de M., Oliveira, J. S. de., & Sarayed-Din, L. F. L. (2023). Mulheres Exaustas: Sobre Incômodos e o Fazer Ciência na Contemporaneidade. *Revista De Administração Contemporânea*, 27(5), e230201. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2023230201.por>
- Gupta, V. K., Turban, D. B., & Pareek, A. (2013). Differences between men and women in opportunity evaluation as a function of gender stereotypes and stereotype activation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), 771-788. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00512.x>
- Heilman, M. E. (2001). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of Social Issues*, 57(4), 657-674. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00234>
- IBGE. (2021). Pnad Contínua: Acesso e utilização de TIC e indicadores de produção e rendimento. <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html>
- Jonathan, E. G. (2003). Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: Dificuldades e tendências. In *Anais do III Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas* (pp. 41-53). UEM/Uel/UnB. <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/04.pdf>
- Jonathan, E. G., & Silva, T. M. R. da. (2007). Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. *Psicologia & Sociedade*, 19, 77-84. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822007000100011>
- Kaspersky. (2021). *Women in tech report - Where are we now? Understanding the evolution of women in technology*. Kaspersky.com. <https://www.mtlc.co/kaspersky-women-in-tech-report-where-are-we-now-understanding-the-evolution-of-women-in-technology/>
- Kray, L. J., Galinsky, A. D., & Thompson, L. (2002). Reversing the Gender Gap in Negotiations: An Exploration of Stereotype Regeneration. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 87(2), 386-410. <https://doi.org/10.1006/obhd.2001.2979>
- Lages, S. R. C. (2005). Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. *Revista Estação Científica*, 1, 1-7. <https://estacao.periodicoscientificos.com.br/index.php/estacaocientifica/article/view/2156>
- Lazaretti, B. (2020). *Mulheres avançam na área de tecnologia, mas diferença de salários aumenta*. Uol.com.br. <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/10/06/mulheres-avancam-na-area-de-tecnologia-mas-diferenca-de-salarios-aumenta.htm>
- Machado, H. P. V.; Gazola, S.; Anez, M. E. M. (2013). Creation of enterprises by women: a study with entrepreneurs in Natal, Rio Grande do Norte. *Revista de Administração Mackenzie*, 14(5), 177-200.
- Malmström, M. & Öqvist, A. (2021). Constructing an Entrepreneurial Identity: How Enterprise Intentions Among Young People are Motivationally Formed. *Entrepreneurship Research Journal*, 14(1), 187-224. <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0165>
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. 4.ed. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Metcalfe, H. (2010). Stuck in the pipeline: A critical review of STEM workforce literature. *InterActions: UCLA Journal of Education and Information Studies*, 6(2).
- Miguel, L. F., & Biroli, F. (2014). *Feminismo e política: uma introdução*. São Paulo: Boitempo. Recurso digital.
- Needle, D. (2022). *Estatísticas sobre mulheres em tecnologia: Últimas pesquisas e tendências*. ComputerWeekly.com. <https://www.computerweekly.com/br/reportagen/Estatisticas-sobre-mulheres-em-tecnologia-Ultimas-pesquisas-e-tendencias>
- Perez-Quintana, A., & Hormiga, E. (2015). *The role of androgynous gender stereotypes in entrepreneurship*. UB BUSINESS-Working Papers, Col lección d'Empresa, UBBusiness- B15/02.
- Petró, V., Ferreira, V., Muller, R., Hahn, J., & Assmann, L. (2021). *Discriminação de gênero e inserção de meninas na área de TI*. IN: Anais do XV Women in Information Technology. SBS, 61-70. <https://doi.org/10.5753/wit.2021.15842>
- Romano, S. M. V., Espíndola, M. G.; Santos, T. N. (2020). A discriminação de gênero na TI e seus impactos na sociedade. *Revista Processando o Saber*, 12, 146-162.
- Saffioti, H. (2013) [1969]. *A mulher na sociedade de classes: mito e realidade*. São Paulo: Expressão Popular.
- Saffioti, H. (2014). *Gênero, patriarcado, violência*. Ministério Público do Estado da Bahia.
- Saffioti, H. (2015). *Gênero, patriarcado, violência*. 2ª ed. São Paulo: Expressão Popular: Fundação Perseu Abramo.
- Santos, I. J. (2018). *Ameaça do estereótipo em jovens negros na escolha profissional*. [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Sergipe]. Mestrado em Psicologia Social, Sergipe, SE.
- Sampieri, R., & Collado, F. C. L. (2013). *Metodologia de la Investigación*, México: McGraw-Hill Interamericana.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. 5 ed. Pitman Publishing, Inglaterra.
- Silveira, C. M. H., & Costa, R. (2012). Patriarcado e capitalismo: Binômio dominação- exploração nas relações de gênero. IV Seminário Nacional Trabalho e Gênero.
- Souza, M. D. (2020). *Ser trabalhadora produtiva é antes um azar: A expansão da exploração capitalista sobre o trabalho reprodutivo*. [Dissertação de Mestrado], Universidade Federal de Minas Gerais. <http://hdl.handle.net/1843/33344>
- Souza, M. D., Ferraz, D. L. S., & Ferraz, J. M. (2021). As mulheres conforme a administração: uma ciência para a manutenção da opressão e da exploração?. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, [S.l.], 20(3), 509-534. <https://doi.org/10.21529/RECADM.2021018>
- Souza, R. A. D., Dias, G. F., Silva, R. R. D., & Ramos, A. S. M. (2019). Efeitos dos softwares de análises de dados qualitativos na qualidade de pesquisas. *Revista de Administração Contemporânea*, 23, 373-394. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2019170357>
- Steele, C. M. (1997). A Threat in the Air: How Stereotypes Shape Intellectual Identity and Performance. *American Psychologist*, 52(6), 613-629. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.6.613>
- Steele, C. M., & Aronson, J. (1995). Stereotype Threat and the Intellectual Test Performance of African Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(5), 797-811. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.69.5.797>
- Sullivan, A. M., Michelle, M., Marion, M., Burke, R. M., Burks, B., Jaeger, O., Nematzadeh, A., Posey, M., White, L., Darden, K., Krief, A., Mennen, H., Schumacher, V., & Dimitrijevic, A. (2020). The Changing Face of Tech. S&P Global. <https://www.spglobal.com/en/research-insights/special-reports/the-changing-face-of-tech>
- Sweida, G. L., & Reichard, R. J. (2013). Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention. *Journal of small business and enterprise development*, 20(2), 296-313. <https://doi.org/10.1108/14626001311326743>
- Tonelli, M. J. (2023). Nada de novo no front: As mulheres no mercado de trabalho. *Revista De Administração Contemporânea*, 27(5), e230210. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2023230210.por>
- Van Maanen, J. (1979). Reclaiming qualitative methods for organizational research: A preface, *Administrative Science quarterly*, 24(4), 520-526. <https://doi.org/10.2307/2392358>
- Visentini, Í. S., Donida, A., & Ferreira, L. S. (2021). Gênero e TI: Qual o lugar das mulheres na área de tecnologia? *CSOONLINE-revista eletrônica de ciências sociais*, 34, 13-37. <https://doi.org/10.34019/1981-2140.2021.34594>
- Vogel, L. (2022). *Marxismo e a opressão às mulheres: rumo a uma teoria unitária*. São Paulo: Expressão Popular.