



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

Intenção empreendedora feminina sob a perspectiva dos estereótipos na área de TI: uma revisão sistemática

LUANA DE ANDRADE PINHEIRO BORGES

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)

ANATÁLIA SARAIVA MARTINS RAMOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)

JANAYNNA FERRAZ

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)

Agradecimento à orgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 00.

INTENÇÃO EMPREENDEDORA FEMININA SOB A PERSPECTIVA DOS ESTEREÓTIPOS NA ÁREA DE TI: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA

1 INTRODUÇÃO

A literatura tem mostrado que o empreendedorismo é percebido de forma geral como uma atividade de conquista e esforço masculino (CUDDY; FISKE; GLICK, 2004; SWEIDA; REICHARD, 2013). Esta atividade advém de uma construção histórica com uma crença culturalmente dominante. Em face disso, é legítimo indagar como empreendedorismo feminino pode derrubar as barreiras do estereótipo de gênero e se desenvolver na sociedade.

O estereótipo de gênero pode ser definido como a associação implícita de um conceito de grupo com uma determinada ideia de atributo (SMEDING, 2012; FABRE *et al.*, 2015; MUNTONI; RETELSDOR, 2018). É o caso da área de Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática (STEM), que está associada a ser tipicamente masculina (SMEDING, 2012).

A Intenção empreendedora é um assunto complexo. Ela abrange fatores ligados às características empresariais, necessidades e hábitos, valores, crenças e competências pessoais (COPE, 2005). Quando a intenção empreendedora feminina é relacionada ao ramo tecnológico, os fatores-chaves para se obter sucesso costumam estar associados ao desenvolvimento de habilidades sociais, particularmente nas áreas de pensamento criativo, tomada de risco e resolução de problemas. A importância de conexões humanas significativas, incluindo modelagem positiva de papéis e aprendizagem entre pares, também são fatores importantes na promoção desse propósito. (SHAHIN *et al.*, 2021).

Há um reconhecimento crescente de que as intenções empreendedoras são relacionadas aos estereótipos de gênero, principalmente em negócios considerados “masculinos”, como é o caso das empresas de tecnologia (GUPTA *et al.*, 2009; ROCHA; PRAAG, 2020). Os argumentos variam desde que muitos empregos em ciência e tecnologia (C&T) se caracterizam como extremos, exigindo esforço físico, riscos altos, longas horas de trabalho e viagens, até aquele que as mulheres ainda são as principais responsáveis pela família e pelo lar (HEWLETT *et al.*, 2008). Esses argumentos reproduzem o estereótipo de gênero, isto é, uma demonstração do processo de poder implícito que reproduz a opressão do trabalho feminino, o qual pode levar a uma replicação cultural a partir do machismo estrutural. Sobre esses processos de poder implícitos e divisões sexuais de trabalho, Stobee (2005) destaca:

As masculinidades hegemônicas estão entrelaçadas com um tipo particular de poder, a saber, processos de poder implícitos. O conjunto de masculinidades hegemônicas presentes em um determinado contexto consiste em imagens tácitas e internalizadas, relativamente estáveis e inertes, utilizadas rotineiramente para reproduzir a dominação masculina nas mais diversas formas (STOBEE, 2005, p. 120).

Algumas pesquisas revelam que, na prática, a baixa intenção empreendedora de mulheres pode ser resultado de estereótipos de cultura e gênero em vez de problemas gerenciais (ADOM, 2020; GUPTA, *et al.*, 2009; QUINTANA *et al.*, 2017) ou até mesmo pela falta de educação empreendedora (GODWYN, 2009; WESTHEAD; SOLESVIK, 2016; VAN; BELGHITI, 2019).

Adiciona-se a isso o fato de que, quando um indivíduo detecta uma incompatibilidade entre suas próprias características e aquela relacionada a uma tarefa estereotipada, as intenções de realizar tal atividade são reduzidas (STEELE; ARONSON, 1995). O gênero, por sua vez, afeta significativamente as atividades empreendedoras nas empresas no que diz respeito à inovação, proatividade e admissão de riscos (EZZEDEEN; ZIKIC, 2012).

Nesse sentido, o trabalho de Gupta *et al.* (2009) acrescenta que o impacto de gênero é amplamente difundido nas diferenças das intenções de homens e mulheres na busca por empreender. Segundo esses autores, se os estereótipos de gênero são relacionados às intenções empreendedoras, isso indicaria que essas características são reflexos de restrições culturalmente produzidas e socialmente aprendidas e impostas, em vez de suposições psicológicas enraizadas.

Alguns estudos sustentam que os estereótipos de gênero podem retardar as intenções femininas em ter um negócio (GIRKE, 2019), em conseguir financiamento (BUTTNER; ROSEN, 1988; JOHNSON, STEVENSON, LETWIN, 2018) e até mesmo em ocupar cargos de liderança (CLIFF; LANGTON; ALDRICH, 2005). Para compreender essa relação entre estereótipo de gênero e empreendedorismo feminino, são encontrados alguns arcabouços teóricos, por exemplo, a Teoria da Congruência (EAGLY *et al.*, 1995) e a Teoria da Ameaça do Estereótipo (STEELE, 1997), mas não evidenciam consenso em um arcabouço teórico e essa não identificação evidencia a lacuna literária.

2 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

A revisão narrativa de literatura que antecedeu o presente trabalho identificou lacunas, dentre as quais a de que há poucos estudos que abordem especificamente o campo da Tecnologia da Informação (TI).

O presente estudo consiste, portanto, em uma pesquisa do tipo Revisão Sistemática (RS) sobre o tema Estereótipos de gênero e Intenção empreendedora feminina no segmento profissional da TI. As questões de pesquisa (QP) da RS foram as seguintes:

- *QP1 – Como a academia trata a questão dos estereótipos de gênero e a intenção empreendedora feminina no segmento profissional de TI?*
- *QP2 – Quais são as tendências ou direções de pesquisa sobre este tema?*
- *QP3 – Quais são as implicações teóricas e práticas?*

O objetivo deste estudo consiste na análise de como a academia internacional trata a questão de estereótipos de gênero e intenção empreendedora feminina no segmento profissional de TI por meio de uma Revisão Sistemática.

A estrutura do presente artigo está dividida em quatro seções. A primeira é a presente introdução, na qual é contextualizado o problema e definidas as questões de pesquisa. A segunda traz a descrição dos procedimentos metodológicos. A terceira seção discute os resultados da RS e a quarta traz as conclusões e a direção para futuras pesquisas.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Gênero e Trabalho Feminino em TI

A princípio, é importante deixar claro que gênero integra um princípio relacional de dominação simbólica, onde as relações entre homens e mulheres são perpassadas pelo poder do homem (BORDIEU, 1995), ou seja, para o escopo desta pesquisa, considera-se que o gênero é uma construção social.

Há também pesquisas que caracterizam atributos específicos característicos de cada estereótipo de gênero (BEM, 1974, 1981, 1993). Sendo assim, apesar de ativado no nascimento com cor de roupa, nome e brinquedo específico, ele é definido no desenvolvimento contínuo do indivíduo perante as experiências e a socialização (BEM, 1981).

Outros, por sua vez, caracterizam a atividade a partir das diferenças mostradas no comportamento dos empresários pelo “sexo biológico” (QUINTANA E HORMIGA, 2015), isto é, uma perspectiva ainda mais estereotipada.

Adamus, Cavojava e Srol (2021) sustentam que o estereótipo de gênero feminino só começa a diminuir à medida que mais mulheres entram nas indústrias de alto crescimento, como é o caso das 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 do 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.

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 dos filhos), faz com que a mulher sofra mais diretamente do que o homem os efeitos da exploração e da precarização.

Considerando a competitividade pelos postos de trabalho com maiores rendimentos, entre eles o de tecnologia, é possível perceber como empreender no setor tecnológico é um dos obstáculos interpostos pelo processo de construção das desigualdades que dificulta o ingresso do gênero feminino. Afinal, ciência e tecnologia, assim como, matemática e engenharia, são atividades tidas como masculinas. Com isso, as mulheres ainda são minorias no setor de TI e ambiente empresarial (MARTIN *et al.*, 2015).

A baixa participação das mulheres na tecnologia também pode ser explicada pela baixa inserção delas em cursos de graduação. Dados do IBGE (2019) apontam que, em 2018, apenas 13,8% de mulheres concluíram o curso em computação e tecnologia da informação, enquanto os homens representaram uma parcela amplamente majoritária de 86,2% de conclusão.

Por sua vez, os estereótipos de gênero relacionam os traços da personalidade com as similaridades da construção social. Por isso, estão fortemente presentes nesse setor. 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, como será discutido a seguir.

3.2 Teorias sobre estereótipos de gênero no empreendedorismo

Dentre as teorias que fornecem estrutura metodológica para abordar a presença dos estereótipos de gênero em áreas de sub-representações, como é o caso das mulheres no empreendedorismo tecnológico, destaca-se a Teoria da Ameaça do Estereótipo (TAE) (STEELE E ARONSON, 1995; STEELE, 1997). A partir da TAE, a ativação do estereótipo é um mediador potencial de efeitos de ameaça apenas quando os indivíduos estigmatizados enfrentam uma situação na qual correm risco de serem pessoalmente reduzidos a um estereótipo negativo característico do grupo a qual pertencem.

Steele e Aronson (1995) descrevem a Ameaça do Estereótipo com a diminuição do desempenho pela percepção de um indivíduo, em uma determinada realidade situacional perante características consideradas negativas do seu grupo pertencente. Em outras palavras, a teoria compreende as formas e dimensões do impacto dos estereótipos na cognição do sujeito ameaçado (SANTOS, 2018). É importante destacar que a ação de estereotipar só afeta indivíduos que se identificam com o grupo estereotipado, indivíduos não estereotipados podem mostrar um aumento no desempenho (APPEL E WEBBER, 2021).

Em sua pesquisa, Kray, Galinsky e Thompson (2002) mediram as lacunas de gênero nas negociações nas expectativas de desempenho no contexto da ameaça do estereótipo antes do início da tarefa, documentando a relação entre a expectativa e desempenho não contaminados por desempenho anterior. Os resultados sugerem que o estereótipo só será regenerado caso sejam redefinidas as características que normalmente são associadas à eficácia da negociação. Como resultado, os autores apontam traços considerados de um “bom negociador”, entre eles, destacam-se: assertividade, solucionador de problemas, bem informado, preparado, racional e paciente. Os resultados deste estudo fornecem argumento para a afirmação de que o contexto de negociação afeta a forma como os indivíduos negociam de forma assertiva nas negociações.

Dependendo de quais pensamentos e estereótipos prevalecem quando dois negociadores chegam à mesa de barganha, a vantagem relativa de homens e mulheres é determinada.

Na investigação de Davies, Steele e Spencer (2005), a teoria da ameaça do estereótipo foi testada após indivíduos assistirem comerciais de TV que projetavam encorajar tais características. Essa investigação contou com dois estudos. No primeiro estudo, foi investigado se a exposição aos comerciais estereotipados poderia minar as aspirações das mulheres em uma tarefa de liderança. Já no segundo estudo, 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 mediaría o efeito dos comerciais sobre as aspirações das mulheres. Segundo os autores, “através da criação de ambiente de identidades seguro, a suscetibilidade à ameaça de estereótipo pode ser eliminada, apesar da preparação de identidades sociais estigmatizadas e seus estereótipos correspondentes” (DAVIES; STEELE; SPENCER, 2005, p. 285), ou seja, ambientes não ameaçadores não ativam de forma espontânea estereótipos estigmatizados da identidade social.

Essa nova evidência científica pode fornecer uma relevante informação na construção da redução dos estereótipos femininos na atividade empreendedora em todos os ramos de negócio. De acordo com os autores, essa é a figura que norteia, especificamente, a preferência de uma mulher líder em função do tipo do comercial e da segurança de identidade. Os resultados confirmam que as mulheres que assistiram estereótipos de gênero presentes em comerciais, ativaram estereótipos femininos em comparação com as 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 seguras moderam os efeitos da ameaça estereotipada. Fato esse importante nessa investigação.

Gupta, Turban e Pareek (2013) usaram a teoria da ameaça do estereótipo para propor o gênero ao conteúdo do estereótipo e a maneira como eles influenciam nas avaliações em uma nova oportunidade de negócio. Eles sugerem diferenças em avaliação de oportunidade entre homens e mulheres. Essas diferenças podem ser diminuídas ou até mesmo eliminadas, alterando a linguagem associada à atividade empreendedora. Para isso, os autores recomendam a inclusão de mulheres em programas de desenvolvimento na atividade empreendedora, na sala de aula, livros e estudos de casos.

Em uma investigação mais recente, a ameaça estereotipada surge em um significado mais amplo: aspectos de “ideias dominantes, verdades incontestáveis, suposições subjetivas”. Nesse sentido, Appel e Webber (2021, p. 154) pontuam que

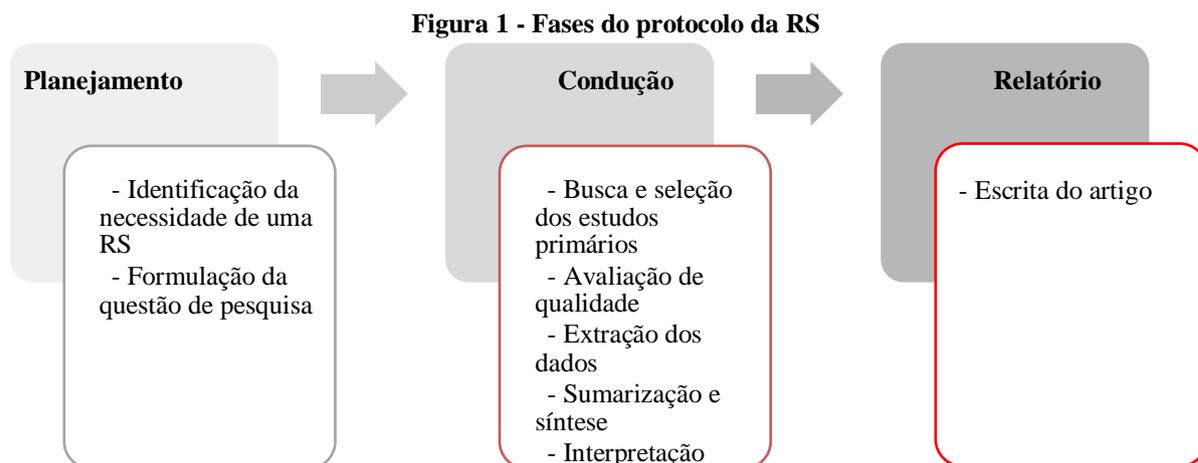
Caracterizado como um estado de desconforto sempre que os indivíduos são confrontados com um estereótipo negativo (por exemplo, afro-americanos são criminosos), o grupo é desprezado ou geralmente desvalorizado em um contexto específico (por exemplo, STEM parece um “clube de velhos”); portanto, parece que as mulheres até pertencem, mas não podem pertencer ao campo, já que estereótipos negativos só afetam pessoas de um grupo que é retratado negativamente.

Assim, torna-se relevante observar a teoria da ameaça do estereótipo na atividade empreendedora no ramo de TI, uma vez que ela aborda questões cruciais de relações causais em situações sociais. O ramo de TI em empreendedorismo feminino poderia contribuir para a minimização dos estereótipos, já que a área, além de potencialmente gerar vantagens referentes à representatividade feminina, também contribui para a inovação e quebra de paradigmas. No entanto, dadas as especificidades do assunto “empreender no ramo tecnológico” é necessário ampliar o debate e alertar sobre o impacto produzido pelo reforço do estereótipo, e consequentemente, o afastamento das mulheres nesse ramo.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta revisão sistemática teve como objeto de pesquisa os trabalhos empíricos que tratavam do assunto delineado – Estereótipos de gênero e Intenção empreendedora feminina no segmento profissional de TI. A seleção desse objeto ocorreu por duas razões: a riqueza de detalhes identificada nos estudos sobre o tema e a liberdade de acesso nas bases de dados para identificação do propósito desejado.

O presente artigo adotou o modelo de protocolo elaborado por Kitchenham e Charters (2007) que consiste em três etapas: planejamento, condução e relatório, conforme descritas na figura 1.



Fonte: Adaptado de Kitchenham e Charters (2007).

A presente RS foi estruturada através da ferramenta Parsifal (www.parsif.al), a fim de possibilitar a manutenção da estrutura adequada para a realização do processo formal de pesquisa, tornar possível o compartilhamento de conhecimento e dados com os pesquisadores de forma online, manter um processo rigoroso, permitir ser reproduzido por outras pesquisas e realizar um mapeamento sistemático.

Os critérios de seleção para inclusão e exclusão estão descritos no quadro 1.

Quadro 1 - Critérios de inclusão e exclusão

Critérios de inclusão
1. Artigos que abordem o tema Estereótipos de gênero no empreendedorismo feminino em TI
2. Artigos que abordem o tema Intenção empreendedora feminina na área de TI
3. Artigos que abordem o tema Empreendedorismo feminino em TI
Critérios de exclusão
1. Não mencionar TI ou inovação tecnológica
2. Leitura cinzenta (livros, dissertações)
3. Foco em Finanças, Empreendedorismo ambiental/social ou Empreendedorismo religioso/familiar
4. Estudos em qualquer idioma diferente do inglês
5. Estudo que não sejam empíricos, por exemplo, revisões
6. Estudos duplicados
7. Não ser artigo acadêmico
8. O artigo não poder ser obtido na íntegra

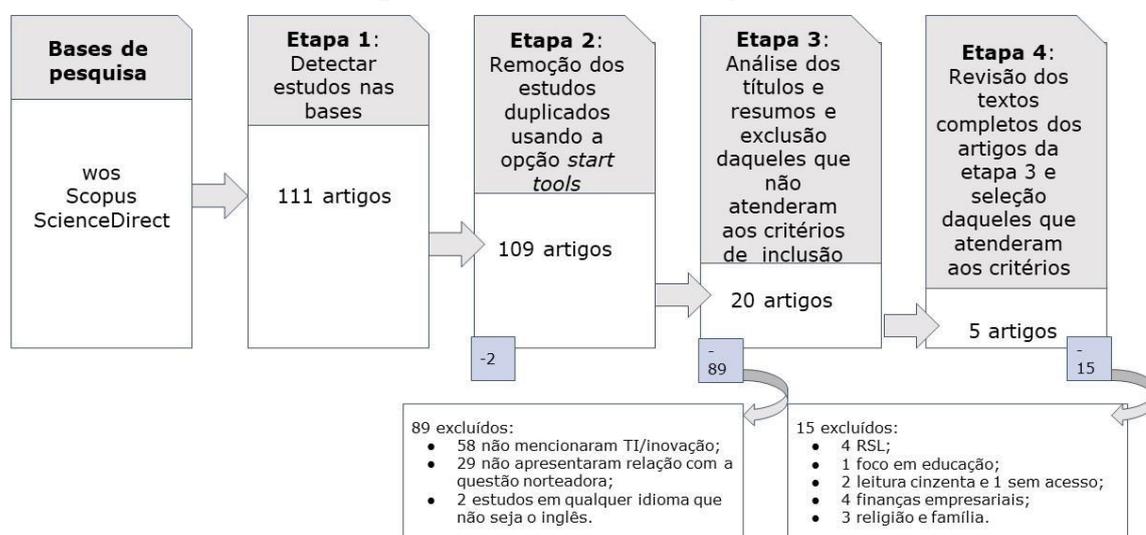
Fonte: Elaborado pela autora.

A estratégia de busca seguiu o método PICOC (população, intervenção, comparação, resultado e contexto), conforme Kitchenham e Charters (2007). Esse método foi adotado para a estruturação no Parsifal. A seguir, apresenta o PICOC adaptado para o tema em questão.

- i. *População*: mulheres que empreendem ou tenham intenção empreendedora no ramo de TI;
- ii. *Intervenção*: estereótipos sobre a atividade empreendedora feminina;
- iii. *Comparação*: não se aplica;
- iv. *Resultado*: relação entre estereótipo de gênero e intenção empreendedora (elementos que levem à desconstrução de estereótipos, os tipos de estereótipos encontrados no gênero empreendedorismo feminino, os benefícios práticos das pesquisas); tendências ou direções de pesquisa no campo; conceitos teóricos e implicações práticas.
- v. *Contexto*: área de tecnologia ou inovação em negócios femininos ou em intenção empreendedora de estudantes.

As buscas foram feitas nas bases de dados eletrônicas *Scopus*, *Science Direct* e *Web of Science (WoS)*, no dia 01 de novembro de 2021. Para aumentar a possibilidade de encontrar estudos úteis para este estudo, foram criados dois conjuntos de palavras-chaves: “Female entrepreneurship” e “information technology” (Conjunto 1) e “gender stereotypes” ou “entrepreneurial intent” (Conjunto 2). A combinação dos dois conjuntos se deu por termos booleanos: “and e or”. Para que fosse considerado, o termo deveria ser citado em alguns dos campos: título do artigo, resumo ou palavra-chave. Os filtros utilizados foram: negócios, gestão, contabilidade e ciências sociais. Não houve restrição quanto ao ano da publicação, já que o intuito seria mostrar as primeiras investigações sobre o assunto. Sendo assim, foram mapeados 111 documentos. Os procedimentos para seleção dos artigos selecionados foram feitos em quatro etapas, conforme estão descritos na figura 3 com o apoio do Parsifal.

Figura 2 - Procedimentos de seleção



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Não existe uma definição consensual sobre a qualidade de um estudo, mas para a presente RS, foram atribuídas escalas numéricas de qualidade. Foi estruturada no Parsifal, medida através de 10 critérios. Foi escolhida uma escala de três pontos de atendimento ao critério: “Sim” com pontuação = 1; “Parcialmente” com pontuação = 0,5; e “Não” com pontuação = 0. É importante pontuar que a primeira pergunta só receberia pontuação máxima (1,0) se fosse citada por mais de cinco autores. O ponto de corte estabelecido na fase de planejamento foi acima de 0,5.

A tabela 1 apresenta os resultados da avaliação de qualidade, conforme análise das perguntas contidas no Quadro 2. Os dez critérios estabelecem uma pontuação do artigo como

forma de estabelecer uma medida de confiança de qualidade. De forma geral, os cinco estudos selecionados obtiveram média razoável, com cerca de 73%.

Tabela 1 - Resultados da avaliação de qualidade

Autores e ano de publicação	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Total	Qualidade %	Citações
Shandu <i>et al.</i> , 2021	0,5	1	0,5	1	1	1	0,5	0	1	1	7,5	75%	4
Palomares-Ruiz <i>et al.</i> , 2021	0	1	1	1	1	1	1	0	0,5	0,5	7	70%	0
Palalic, Ramadani e Dana, 2017	1	1	1	1	1	1	0,5	0	0	0,5	7	70%	51
Chateerjee e Ramu, 2018	1	1	1	1	0,5	0,5	0	0	0,5	0,5	6	60%	28
McDonnell e Morley, 2015	1	1	1	1	1	0,5	1	0,5	1	1	9	90%	7

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Os artigos que passaram para esta etapa foram aqueles que obtiveram nota acima do corte ($> 0,5$), ou seja, estavam aptos a seguirem na etapa de extração dos dados. Para responder às questões de pesquisa e obter dados de comparação, foram coletadas as seguintes informações: objetivos propostos, metodologia, tipo de experimento realizado e limitações, estereótipos encontrados, benefícios práticos, caminhos para a desconstrução do estereótipo, e surgimento de novos conceitos ou novas teorias, conforme o quadro 3.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.1 Visão geral dos artigos

A pesquisa dos artigos ocorreu em três bases científicas: *ScienceDirect*, *Scopus* e *Web of Science*. Após a aplicação dos métodos para a seleção, apenas cinco artigos passaram pela triagem. Sendo dois da base científica *ScienceDirect* e três da *Scopus*. Nenhum artigo da *Web of Science* atendeu ao protocolo de seleção.

Quanto à análise temporal, pode-se concluir que os artigos selecionados são recentes, com datas de publicação entre 2015 e 2021. É possível verificar também que não existe mais de uma publicação para cada ano. Desta forma, é pequeno o número de artigos que investigam a intenção empreendedora feminina no ramo de TI/Inovação. Este resultado reforça a presença dos estereótipos de gênero até mesmo na investigação acadêmica.

O Quadro 4 sintetiza informações acerca dos objetivos, método e limitações constatadas nos estudos analisados. Esses achados demonstram que a construção do empreendedorismo de gênero feminino na área de TI tem um espaço na academia para se desenvolver.

Quadro 3 - Processo de seleção para extração de dados

Dados	Descrição	Tipo de análise
1. DOI	Identificador do estudo	Visão geral
2. Autores, ano	Nome da citação e ano de publicação	Visão geral
3. Fonte do artigo	Scopus, ScienceDirect e WoS	Visão geral
4. Contexto de publicação	Empresas ou centros de ensino?	Visão geral
5. Objetivos	Quais são os objetivos do objeto analisado?	Comparação
6. Metodologia	Qual enquadramento metodológico	Comparação
7. Experimento realizado	Entrevistas, grupo focal, experimento controlado, estudo de caso?	Comparação
8. Limitações	Quais limitações foram identificadas na pesquisa?	Comparação
9. Estereótipos encontrados	Quais são os estereótipos encontrados naqueles que empreendem ou possuem intenção empreendedora no ramo de TI/Inovação?	Questões específicas
10. Benefícios práticos	Quais benefícios práticos para a atividade empreendedora feminina ou para a estudante que tem intenção em empreender?	Questões específicas
1. Caminhos para a desconstrução	Quais são os dados que apontam uma provável desconstrução dos estereótipos?	Questões específicas
2. Conceitos teóricos	Surgiram novos conceitos, expressões ou teorias sobre os estereótipos de gênero em empresas de TI/Inovação?	Questões específicas
13. Tendências ou direções de pesquisa em campo	Quais são as tendências ou direções de pesquisa em campo para pesquisas futuras?	Questões específicas

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

5.2 Análises específicas

No estudo de McDonnell e Morley (2015), em estereótipos encontrados, mecanismos discursivos sutis em conversas do dia-a-dia e a interação de um grupo contribuem para consolidar ou desconstruir o estereótipo. Certos assuntos sequer são discutidos, apenas aceitos. Essa aceitação implícita de comportamentos “tidos como femininos ou masculinos” contribui para a consolidação de regras e valores discriminatórios. O estereótipo encontrado também é dinâmico. Os autores afirmam que os movimentos de estereotipagem de gênero constituem um tecido complexo de trocas minuciosas, muitas vezes imperceptíveis, que reforçam os estereótipos de gênero. Corroborando com McDonnell e Morley (2015), quando se discute, estuda e investiga o estereótipo, em busca da desconstrução, ele é reforçado (SOUZA; FERRAZ; FERRAZ, 2021). Essa descoberta indica que mais investigações neste campo ajudariam a elucidar a questão.

Quadro 4 - Comparação dos estudos

Artigo	Objetivos	Metodologia	Experimento realizado	Limitações
Men and women in IT entrepreneurship: Consolidating and deconstructing gender stereotypes	Investigar se os estereótipos sobre gênero e o empreendedorismo de TI são perpetuados ou prejudicados entre a Geração Y	Qualitativa	Entrevistas semiestruturadas com 16 alunos de ambos os sexos.	Realizado por alunos em pós-graduação; conduzido na França onde a paridade de gênero na política é baixa em relação aos outros países europeus; baseado em um único estudo de caso.
Entrepreneurship in Bosnia and Herzegovina: focus on gender	Investigar as diferenças de gênero no desenvolvimento do empreendedorismo.	Quantitativa	Questionário online com 206 CEOs (proprietários ou gerentes), sendo 97 mulheres e 109 homens.	Os dados públicos não estão disponíveis; não foi identificado a formação dos entrevistados; microempresas não foram incluídas na investigação, apenas Pmes.
Benchmarking entrepreneurial intentions of women in the United Arab Emirates	Avaliar o efeito da educação para o empreendedorismo nas mulheres com intenção empreendedora nos Emirados Árabes Unidos.	Quantitativa	Questionário aplicado de forma presencial com 283 alunas se formando em 19 universidades públicas e privadas dos Emirados Árabes Unidos	A amostra pode ser não representativa da população; dados foram coletados apenas com estudantes do sexo feminino; os dados sobre todas as variáveis podem ter viés; impossível fazer inferência de causalidade.
Gender and its rising role in modern Indian innovation and entrepreneurship	Traçar o papel histórico de mulheres no empreendedorismo e empreendimentos de patenteamento, e as barreiras para maiores paridades femininas na participação em campos de inovação em STEM (ciência, tecnologia, engenharia e matemática) em economias emergentes como a Índia.	Qualitativa	Grupo focal através de uma mesa redonda com sete mulheres de grupos distintos: empresárias, acadêmicas e cientistas.	Não se aplica.
Digital gender gap in university education in Spain. Study of a case for paired samples	Analisar o uso da Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) para promover o empoderamento, o empreendedorismo e a liderança das mulheres na sociedade atual	Quantitativa	Teste Anova aplicado a 35 alunos (ambos os sexos) da universidade de Castilha	Tamanho da amostra.

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Ainda em McDonnell e Morley (2015), quando abordam os benefícios práticos, as instituições de ensino que lidam com cursos voltados para a tecnologia devem observar as diferenças entre os sexos em relação aos papéis técnicos. Mesmo em ambiente educacional, onde a igualdade entre feminino/masculino é regra, a paridade só será alcançada com a conquista de cargos de responsabilidade. Em caminhos para a desconstrução, o estereótipo é desfeito, nesse primeiro artigo analisado, quando se tem uma experiência positiva com tecnologia e com o empreendedorismo, como é o caso de uma incubadora de empresa ou de um desafio de empreendedorismo (realizado no próprio ambiente escolar). Ambas as práticas citadas contribuem de forma positiva para a remoção de barreiras e ajudam os alunos a entender que não existem diferenças entre homens e mulheres que estão envolvidos em um projeto de inovação.

Em conceitos teóricos, McDonnell e Morley (2015) teorizam expressões com “movimentos de estereotipagem de gênero”. De acordo com essa ideia, esses movimentos afetam a estabilidade do estereótipo na consolidação e desconstrução podendo inibir ou promover o gênero. Segundo os autores, um exemplo que pode ser citado é quando se rejeitam discursos feministas ou até mesmo assuntos estereotipados, assim o gênero hegemônico é consolidado.

No último fator de análise específica em questão, “tendências ou direções de pesquisa em campo”, McDonnell e Morley (2015) investigar as diferenças observadas entre os sexos quanto aos papéis técnicos nas instituições de ensino superior que lidam com tecnologia, uma vez que, a tecnologia não é mais necessariamente garantia de sucesso e a inovação pode “iludir tecnicamente os incompetentes”.

No segundo artigo selecionado, Palalic, Ramadani e Dana (2017) apontam que as mulheres empresárias são melhores em inovação, proatividade e riscos. Nesse estudo o gênero desempenha um papel importante no empreendedorismo feminino. Desse modo, as evidências removem eventuais estereótipos relativos à capacidade e competência. Portanto, os benefícios práticos condizem em encorajar e desafiar as mulheres na atividade empresarial, uma vez que os resultados mostram que as competências das mulheres são iguais às dos homens nesse ramo. Além disso, como benefício prático, o artigo traz implicações políticas em que o governo deve considerar o empreendedorismo de gênero como uma estratégia de educação voltada para às mulheres, com formulação de políticas públicas também em esferas estaduais no financiamento facilitado de *startups*.

Na categoria “caminhos para a desconstrução” o estereótipo é eliminado da mesma forma da investigação de McDonnell e Morley (2015), com educação empreendedora. Palalic, Ramadani e Dana (2017) propõem que o governo deveria ter uma estratégia de educação empreendedora voltada às mulheres empresárias, como programas e cursos. Sugere ainda que o financiamento em *startups* femininas também aparece como um fator importante na luta da paridade entre gênero no mercado, mas não há, neste estudo, evidências de um novo conceito teórico.

Por sua vez, na categoria tendências ou direções de pesquisa em campo, o segundo artigo investigado em questão, apontam a necessidade de *insights* mais profundos sobre aspirações de mulheres empreendedoras através de uma pesquisa com abordagem qualitativa, para reconhecer quais são as principais barreiras para o engajamento das mulheres em atividades empresariais.

No artigo de Shandu *et al.*, (2021), o terceiro artigo selecionado nesta RS, os estereótipos encontrados foram características consideradas próprias masculinas: Determinação, autocontrole, assumir risco, competição e autoconfiança, todos esses cinco fatores foram inferiores quando medidos nas mulheres. Além disso, o apoio social da família e amigos foram dois estereótipos encontrados como típicos do gênero feminino.

Em caminhos para a desconstrução do estereótipo, a educação empreendedora aparece mais uma vez. Desta vez, não só em atividades educacionais (como cursos formais) como também, na participação em extensão (seminários e programas voltados para inovação e incubação). Por sua vez, os benefícios práticos da pesquisa apoiam o incentivo das mulheres empreendedoras e o investimento por parte do governo dos Emirados Árabes Unidos com a criação de centros de incubação e parques de inovação, como forma de expor as mulheres à prática, antes de ter um negócio. Mais uma vez, a antecipação da atividade com o conhecimento da prática é citada.

Nessa investigação, o conceito teórico se faz presente através do efeito positivo da educação para o empreendedorismo na intenção empreendedora como condição delimitadora da isenção familiar entre a relação educação empreendedora e intenção empreendedora.

Na última questão específica de análise, tendências ou direções de pesquisa em campo, propõe-se uma investigação que busque identificar o efeito da educação empreendedora em mulheres que já participem de atividades de extensão (como seminários, por exemplo) e que também sejam envolvidas em atividades empresariais.

Na pesquisa de Chatterjee e Ramu, (2017), os estereótipos encontrados foram “comportamentos esperados”, como a falta de conhecimento do mercado, de capital, técnico e empresarial; aliado ao reduzido acesso de TI, comunicação, internet, mídias sociais, mentoria, apoio (técnico e familiar). A educação empreendedora também é citada nesse estudo como um caminho para a desconstrução. Nesse artigo, a *Startup Village* é citada como uma parceria entre o setor público e privado para ensinar crianças a inovar e empreender. Através disso, seria possível obter crédito para financiamentos e com isso, a participação feminina empreendendo na área de inovação tenderia a aumentar. Por fim, a criação e promoção de redes de mentoria, bem como a divulgação de imagens mais positivas em relação ao STEM (ciência, tecnologia, engenharia e matemática) feminino deve ser priorizado.

Em benefícios práticos, a própria condução da investigação pode ser citada. A mesa redonda como objeto de análise promove *insights* importantes. Além disso, o grupo analisado é diverso. Esses diferentes pontos de vista são essenciais quando o assunto é estereótipo. Não houve evidências de conceitos teóricos.

Como tendências ou direções de pesquisa em campo, Chatterjee e Ramu, (2017), apontam: “como aumentar a participação das mulheres no patenteamento nas áreas de STEAM?; o que as mulheres que trabalham em corporações de inovações e as mulheres empreendedoras veem como opções de carreiras?; como inferir mais valores feministas em estruturas empresariais?; as mulheres são visionárias no empreendedorismo de inovação ou possuem uma forma diferente de lidar com o empreendedorismo em TI?”.

No último artigo selecionado, Palomares-Ruiz *et al.*, (2021) em estereótipos encontrados se destacam competências digitais menores por mulheres quando comparado aos homens, o que resulta em uma presença menor nas carreiras STEM e, conseqüentemente, nas áreas de trabalho, ciência e tecnologia; e menor utilização das mulheres em certas ferramentas tecnológicas.

Em caminhos para a desconstrução, a educação empreendedora é citada novamente, e foi recomendado que deve ser inserida desde a alfabetização. Além disso, segundo os autores, a criação de um contexto mais favorável às mulheres com maior quantidade de cursos na área de TI, incentivo aos professores na promoção de ações que promovam o ensino-aprendizagem na área, inclusão de programação e pensamento computacional desde a educação infantil, deve estar presente nas meninas desde a infância. Só assim, seria alcançada a desconstrução de fatores socioculturais e psicológicos das profissões típicas do gênero.

Em benefícios práticos, as mudanças de sugestões no paradigma educacional com o uso de novas metodologias podem levar a transformação do próprio aprendizado. Os autores afirmam que essas teorias devem ser significativas e relevantes com presença do cognitivismo

e construcionismo. Um exemplo da inserção dessa nova ferramenta de ensino em sala de aula seria o videogame. De acordo com Palomares-Ruiz *et al.*, (2021), o aparelho deve ser adotado com base na simulação da resolução de problemas para gerar diferentes perspectivas sobre um problema específico.

Nesse artigo também não houve evidências de conceitos teóricos. Por sua vez, nas tendências ou direções de pesquisa em campo, observou-se uma equalização da TIC na divisão digital de gênero com tendência ao desaparecimento (no entanto, ainda longe de alcançar igualdade) e ao uso do videogame como ferramenta pedagógica de acordo com o objetivo para o qual se deseja ser utilizado. As principais constatações obtidas nos estudos analisados são elencadas abaixo, em síntese.

Dos cinco artigos selecionados, apenas um afirmou que não existem evidências de estereótipos relativos à capacidade e competência feminina no empreendedorismo em TI. Todas as outras investigações, apontam estereótipos relacionados à falta de conhecimento e acesso às tecnologias, conversas diárias, determinação, autocontrole, assumir riscos, competição e competências digitais.

Todas as características citadas são menores do gênero feminino quando comparado ao masculino. Essas descobertas indicam estereótipos negativos com conteúdo desvalorizado que prejudicam o gênero feminino no ramo do negócio. Percebe-se que esses atributos são “comuns e universais” associadas ao gênero feminino, não só no ramo tecnológico, como em toda atividade empreendedora que a mulher se propõe a fazer. Pode-se verificar que os estereótipos retroalimentam a opressão, mesmo em funções sociais consideradas inovadoras e disruptivas, como é o caso da TI.

Ademais, o empreendedorismo feminino tecnológico é também caracterizado pela subordinação feminina em relação à masculina. Em um dos artigos analisados, essa submissão é a causa do baixo número de patentes em negócios de STEAM. Esse fator diminui a capacidade de atrair financiamentos, e conseqüentemente, o menor número da participação, progresso e contribuição do gênero feminino nesse mercado.

Apoio da família e amigos, interação entre os grupos e conversas diárias são alguns dos elementos citados como consolidação e replicação desses estereótipos que servem para desencorajar de forma sutil a atividade empreendedora. Desta forma, o gênero estereotipado é o responsável pelo sucesso ou fracasso da atividade empreendedora independente do contexto social no qual é inserido.

A educação empreendedora é o fator mais citado entre os artigos da investigação, para aumentar a intenção empreendedora feminina, desmistificar estereótipos e encorajar mulheres a se tornarem empresárias do setor tecnológico. De acordo com os artigos, quanto maior e mais cedo o empreendedorismo for inserido na educação, menor o gênero feminino será afetado na atividade pelo seu estereótipo. Mas esse apontamento ainda precisa ser verificado no caso da realidade brasileira, visto que 55% das mulheres decidem abrir um negócio por necessidade e não por oportunidade, característica essa do ramo tecnológico (GEM, 2020).

Inesperadamente, um dos artigos indica que a própria crença, discussão, e investigação fortalecem o estereótipo. De acordo com esse artigo, quando uma mulher percebe que uma atividade tem domínio masculino, mesmo possuindo conhecimento sobre a área, ela não desenvolve intenção nesse campo, o que não faz sentido pois quando um assunto não é debatido, estudado, explicado, discutido, a tendência é aumentar a subordinação sobre ele, e conseqüentemente, reforçá-lo negativamente.

6 CONCLUSÃO

O objetivo deste estudo foi analisar como a academia internacional trata a questão de estereótipos de gênero e intenção empreendedora feminina no segmento profissional de TI por meio de uma Revisão Sistemática, a qual proporcionou *insights* e evidenciou quão complexa é

a relação entre estereótipos de gênero e negócios femininos. De modo geral, verificou-se que, a partir dos estudos empíricos que buscam compreender o fenômeno, a literatura não oferece ainda uma explicação teórica robusta.

A presente RS baseia-se em cinco estudos, selecionados entre 111, por meio de um processo de muitas etapas sistematizadas e auditáveis. Uma característica fundamental é que ela foi determinada pela ferramenta Parsifal.

Uma característica principal de todos os artigos selecionados é que o empreendedorismo feminino é citado como uma investigação realizada no “ser mulher”. Em nenhum momento os artigos citam, por exemplo, pessoas transgêneros e não binárias. Mesmo com o propósito de solucionar o problema na área, eles rotulam, reduzem e mais uma vez intensificam o que deveria ser uma construção social.

Os resultados da presente RS sugerem diferentes olhares para o empreendedorismo feminino de TI, devido às pesquisas dos artigos selecionados serem feitas em diferentes países. Portanto, fatores culturais e diferenças regulatórias devem ser consideradas.

Por fim, a maioria dos estudos apresentaram suas propostas, discutiram alguns estereótipos encontrados, mas não debateram explicitamente o surgimento de novos conceitos. Nesta RS, apenas dois dos estudos retratam o advento de um conceito teórico e apenas um se destaca no surgimento de uma nova expressão. Portanto, a existência de poucos conceitos na literatura sobre esse tema é uma oportunidade de pesquisa.

Os artigos investigados mostraram que, embora existam pesquisas sobre o tema em análise, os trabalhos ainda são escassos. Esse resultado pode ser verificado na quantidade de artigos que passaram pelo protocolo (apenas 5). A maioria dos artigos não cita inovação e tecnologia.

Como tendências ou direções de novas pesquisas, os artigos de forma ampla, buscam aumentar a participação da mulher no empreendedorismo tecnológico, formas de incentivo à atividade em questão e ao apoio dos governantes e quais são os efeitos da educação sob o desenvolvimento da intenção empreendedora. Dessa forma, algumas direções de pesquisas que poderão ser exploradas em estudos futuros são propostas como desenrolar desta RS:

i) Para embasar a investigação sobre o tema em tema, é necessário entender significados, contextos e descrições por meio de uma pesquisa qualitativa com análise interpretativa e perspectiva crítica, através de entrevistas com mulheres atuantes na área de tecnologia da informação em diferentes estágios profissionais. Para que isso seja mais bem explorado, propomos um roteiro de entrevistas (apêndice A) que será utilizado no Artigo 2.

ii) A construção teórica de um assunto não é tarefa fácil. Talvez, por esse fato, existem poucos novos conceitos que expliquem estereótipos de gênero feminino relacionados à intenção empreendedora feminina. Uma pesquisa com *grounded theory* geraria entendimento sobre o fenômeno.

iii) Replicar a presente RS com outros tipos de palavras-chaves, outras bases de dados e critérios de inclusão e exclusão, visto que essa foi uma das limitações dessa pesquisa.

REFERÊNCIAS

ADAMUS, M.; ČAVOJOVÁ, V.; ŠROL, J. The impact of stereotyped perceptions of entrepreneurship and gender role orientation on Slovak women’s entrepreneurial intentions. **Gender in Management** , v. 36, n. 6, pp. 745-761, 2021.

ADOM, G; ANAMBANE, K. Understanding the role of culture and gender stereotypes in women entrepreneurs through the lens of the stereotype threat theory. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 12, n. 01, p. 100, 2019.

- APPEL, M; WEBER, S. Do mass mediated stereotypes harm members of negatively stereotyped groups? A meta-analytical review on media-generated stereotype threat and stereotype lift. **Communication Research**, v. 48, n. 2, p. 151-179, 2021.
- BEM, S. Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. **Psychological Review**, v. 88, p. 354–364, 1981.
- BEM, S. L. The measurement of psychology androgyny. **Journal of Personality and Social Psychology**. v. 42, p. 155-162, 1974.
- BEM, S. L. *The Lenses of Gender: Transforming the Debate on Sexual Inequality*. New Haven: **Yale University Press**. 1993.
- BUTTNER, H.; ROSEN, B. Bank loan officers' perceptions of the characteristics of men, women and successful entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, v. 3, n. 3, p. 249–258, 1988.
- CHATTERJEE, C. RAMU, S. Gender and its rising role in modern Indian innovation and entrepreneurship. **IIMB Management Review**, v. 30, p. 62–72, 2018.
- CLIFF, J.E.; LANGTON, N.; ALDRICH, H. E. Walking the talk? Gendered rhetoric vs. action in small firms. **Organization Studies**, v, 26, n. 1, p. 63-91, 2005.
- COPE, J. Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 29, v. 4, p. 373-397, 2005.
- CUDDY, A. J. C.; FISK, S. T.; GLICK, P. When professionals become mothers, warmth doesn't cut ice. **Journal of Social Issues**, v. 60, n. 4, p. 701-718, 2004.
- DAVIES, P. G.; STEELE, C. M.; SPENCER, S. J. Clearing the air: Identity safety moderates the effects of stereotype threat on women's leadership aspirations. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 88, n. 2, p. 276–287, 2005.
- EAGLY, A. H.; KARAU, S. J.; MAKHIJANI, M. G. Gender and the effectiveness of leaders: A meta-analysis. **Psychological Bulletin**, v. 117, p. 125-145, 1995.
- EZZEDEEN, S. R.; ZIKIC, J. Entrepreneurial experiences of women in Canadian high technology. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 4, n. 1, p. 44–64, 2012.
- FABRE, Eve F. et al. Sex and the money—how gender stereotypes modulate economic decision-making: an ERP study. **Neuropsychologia**, v. 75, p. 221-232, 2015.
- GEM. **GEM 2019: Análise dos resultados por gênero**. 2020.
- GIRKE, P. Female entrepreneurship in technology start-ups: A comparison between Germany and Australia. **Bachelor Thesis**, 2019.
- GODWYN, M. “This Place Makes me Proud to be a Woman”: Theoretical explanations for success in entrepreneurship education for low-income women. v. 27, p. 50–64, 2009.

- GUPTA, Vishal. K. et al. The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 2, p. 397–417, 2009.
- GUPTA, V. K.; TURBAN, D. B.; PAREEK, A. Differences Between Men and Women in Opportunity Evaluation as a Function of Gender Stereotypes and Stereotype Activation. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 37, n. 4, p. 771–788, 2013.
- HEWLETT, Sylvia Ann et al. **The Athena Factor: Reversing the Brain Drain in Science, Engineering, and Technology**. New York, NY, USA: Center for Work–Life Policy, v. 10094, p. 1-100, 2008.
- IBGE, IBGE Indicadores. Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua. **Rio de Janeiro: IBGE-Coordenação de Trabalho e Rendimento**, 2019.
- JOHNSON, M. A.; STEVENSON, R. M.; LETWIN, C. R. A woman's place is in the... startup! Crowdfunder judgments, implicit bias, and the stereotype content model. **Journal of Business Venturing**, v. 33, n. 6, p. 813-831, 2018.
- KITCHENHAM, B.; CHARTERS, S. Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering. Technical. **University and Durham University Joint Report**. 2007.
- KRAY, L. J.; GALINSKY, A. D.; THOMPSON, L. Reversing the gender gap in negotiations: An exploration of stereotype regeneration. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 87, n. 2, p. 386–409, 2002.
- LAGES, S. R. C. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Estação Científica**, p. 1-7, 2005.
- MARTIN, Lynn et al. An unusual job for a woman? Female entrepreneurs in scientific, engineering and technology sectors. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 21, n. 04, p. 539–556, 2015.
- MCDONNELL, M.; MORLEY, C. Men and women in IT entrepreneurship: consolidating and deconstructing gender stereotypes. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 24, n. 1, p. 41–61, 2015.
- MUNTONI, F.; RETELSDORF, J. Gender-specific teacher expectations in reading - The role of teachers' gender stereotypes. **Contemporary Educational Psychology**, v. 54, p. 212-220, 2018.
- SAFFIOTI, H. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade**. 3. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2013. 528 p.
- SHAHIN, Mojtaba et al. The impact of a STEM - based entrepreneurship program on the entrepreneurial intention of secondary school female students. **International Entrepreneurship and Management Journal**, p. 1-32, 2021.

- SMEDING, A. Women in science, technology, engineering, and mathematics (STEM): An investigation of their implicit gender stereotypes and stereotypes' connectedness to math performance. **Sex roles**, v. 67, n. 11, p. 617-629, 2012.
- SOUZA, M. D.; FERRAZ, D. L. S.; FERRAZ, J. M. As Mulheres Conforme a Administração: Uma Ciência para a Manutenção da Opressão e da Exploração? **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 20, n. 3, p. 509-534, 2021.
- STEELE, C. M.; ARONSON, J. Stereotype Threat and the Intellectual Test Performance of African Americans. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 69, n. 5, p. 797–811, 1995.
- STEELE, C. M. A Threat in the Air: How Stereotypes Shape Intellectual Identity and Performance. **American Psychologist**, v. 52, n. 6, p. 613–629, 1997.
- SWEIDA, G. L; REICHARD, R. J. Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 20, n. 02, p. 296-313, 2013.
- PALALIC, R.; RAMADANI, V.; DANA, L. P. Entrepreneurship in Bosnia & Herzegovina: Focus on gender. **European Business Review**, v. 29, n. 04, p. 476-496, 2021.
- PALOMARES-RUIZ, Ascensión et al. Digital gender gap in university education in Spain. Study of a case for paired samples. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 173, p. 121096, 2021.
- QUINTANA, A. P; HORMIGA, E. The role of androgynous gender stereotypes in entrepreneurship. **Working Papers Universitat de Barcelona**, 2015.
- ROCHA, V.; PRAAG, M. Mind the gap: The role of gender in entrepreneurial career choice and social influence by founders. **Strategic Management Journal**, v. 41, n. January, p. 841–866, 2020.
- VAN, E. A. R.; BELGHITI-MAHUT. S. Context, gender and entrepreneurial intentions: How entrepreneurship education changes the equation. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**. v. 11, n. 1, p. 75-98, 2019.
- WESTHEAD, P.; SOLESVIK, M. Z. Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit? **International Small Business Journal**, v. 34, n. 8, p. 979-1003, 2015.