

# “LUGAR DE MULHER É NA TECNOLOGIA”: UMA ANÁLISE DE PERFIS BRASILEIROS NO INSTAGRAM SOBRE MULHERES NAS TECNOLOGIAS

MARINA BORGES GONÇALVES

marina291193@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-8917-7713>

Universidade Federal de Santa Catarina,

GILMARA JOANOL ARNDT

gilmaraarndt@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-0245-1801>

Universidade Federal de Santa Catarina,

RAQUEL DE BARROS PINTO MIGUEL

raquelbarrospm@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2042-7223>

Universidade Federal de Santa Catarina,

LUCIANA BOLAN FRIGO

luciana.frigo@ufsc.br

<https://orcid.org/0000-0002-0156-2959>

Universidade Federal de Santa Catarina,

Recibido: 16 de agosto del 2023 / Aceptado: 4 de octubre del 2023

doi: <https://doi.org/10.26439/interfases2023.n018.6617>

**RESUMO.** A disparidade entre o número de mulheres e homens atuantes nas áreas de STEM é um assunto difundido entre pesquisadores e pesquisadoras ao redor do mundo, no entanto, dada a sua complexidade, sempre há elementos a serem refletidos e problematizados. Pensando nisso, o presente trabalho apresenta uma pesquisa que teve como objetivo analisar, a partir de preceitos da análise do discurso de Pêcheux, perfis eiros do Instagram sobre mulheres nas tecnologias, tendo como base para a escolha dos perfis um levantamento feito pela rede ELLAS. Foram encontrados 63 perfis, e dentre eles, foram escolhidos como alvo de análise 18 perfis individuais, nos quais pôde-se verificar o foco em ensinar como se inserir e progredir nessa área.

**PALAVRAS CHAVE:** mulheres / tecnologia / redes sociais

## **“EL LUGAR DE UNA MUJER ESTÁ EN LA TECNOLOGÍA”: UN ANÁLISIS DE PERFILES BRASILEÑOS DE INSTAGRAM SOBRE MUJERES EN TECNOLOGÍA**

**RESUMEN.** La disparidad en el número de mujeres y hombres que trabajan en campos STEM es un tema generalizado entre los investigadores de todo el mundo; sin embargo, dada su complejidad, siempre hay elementos para reflexionar y problematizar. Con esto en mente, este trabajo presenta un estudio que tuvo como objetivo analizar perfiles de Instagram sobre mujeres en tecnología utilizando los preceptos del análisis del discurso de Pêcheux, a partir de una encuesta realizada por la red ELLAS. Se encontró un total de 63 perfiles, y de ellos se eligieron 18 perfiles individuales para el análisis, en los que el foco fue enseñar cómo entrar y progresar en esta área.

**PALABRAS CLAVE:** mujeres / tecnología / redes sociales

## **“A WOMAN’S PLACE IS IN TECHNOLOGY”: AN ANALYSIS OF BRAZILIAN INSTAGRAM PROFILES ABOUT WOMEN IN TECHNOLOGY**

**ABSTRACT.** The disparity in the number of women and men working in STEM fields is a widespread issue among researchers around the world; however, given its complexity, there are always elements to be reflected on and problematized. With this in mind, this paper presents a study that aimed to analyze, based on the precepts of Pêcheux’s discourse analysis, Brazilian Instagram profiles about women in technology, based on a survey carried out by the ELLAS network. A total of 63 profiles were found, and of these, 18 individual profiles were chosen for analysis, in which it was possible to verify the focus on teaching how to enter and progress in this area.

**KEYWORDS:** women / technology / social network

## 1. INTRODUÇÃO

O apagamento da presença das mulheres na história das tecnologias é antigo e muito discutido entre pesquisadoras e pesquisadores ao redor do mundo. Segundo Louzada et al. (2019), antes dos anos 1980 havia um predomínio de mulheres nos cursos de computação. Porém, após a invenção do computador de uso pessoal e uma valorização dessas carreiras, houve uma inversão nessa realidade, culminando na predominância de homens nessas áreas de estudo e trabalho. Essa disparidade entre o número de homens e de mulheres nas tecnologias acontece porque a forma como são construídas socialmente as maneiras de ser homem e mulher acabam ditando o rumo das áreas de estudos ligadas às tecnologias (Louzada et al., 2019).

Para problematizar essa construção, é importante entendermos o conceito de gênero. De acordo com Scott (1995), ele diz respeito à organização social de uma diferença sexual percebida. Para a autora, a existência de uma dominação masculina e uma subordinação feminina é o que nomeia as relações de poder existentes nas relações de gênero. Isso faz com que, ao longo da história da humanidade, as mulheres tenham sido subjugadas e, muitas vezes, excluídas de lugares que não eram destinados a elas de acordo com determinadas normas sociais. Pensando nisso é que o quinto objetivo da ONU (Organização das Nações Unidas) para o desenvolvimento sustentável (ODS), estabelecido em 2015, consiste em “Alcançar a igualdade de gênero por meio do fortalecimento das mulheres e meninas” (Presidência da República do Brasil, 2017 p. 60). Considerando tal contexto, nos últimos anos, tem-se observado por toda a América Latina a criação de políticas e ações de incentivo para a inserção de mulheres e meninas nas tecnologias.

Nesse sentido, é importante destacar o papel das redes sociais digitais, como Instagram, Facebook e LinkedIn para a divulgação de projetos de inserção de meninas e mulheres nas tecnologias, bem como para apresentar o trabalho de mulheres nas áreas de STEM (Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática), estimulando a curiosidade e incentivando a participação. Compartilhar, explicar e mostrar o trabalho feito por mulheres nessa área contribui para a sua transformação em um espaço mais igualitário (Mello e Pedro, 2019). Assim é que tem sido possível observar a formação de comunidades de mulheres que atuam em STEM e fazem uso do meio digital para tecer uma rede de conexões, aliando ativismo, educação, formação e empreendedorismo, fazendo expandir a participação de meninas e mulheres nas ciências e tecnologias (Frade, 2021). Além de perfis de comunidades, também encontramos nas redes perfis individuais de mulheres inseridas no mercado de trabalho da tecnologia. Elas, em sua maioria, podem ser descritas como “influenciadoras”, figura que surgiu no início dos anos 2000 com as blogueiras e que tem o poder de influenciar a decisão daqueles que a seguem e de colocar discussões em circulação (Karhawi, 2017), porque falam sobre seus trabalhos em um meio formado majoritariamente por homens.

Também no campo acadêmico, cresce o número de pesquisas voltadas para mapear as iniciativas direcionadas à inclusão de meninas e mulheres nas áreas de STEM. Um exemplo é a rede ELLAS<sup>1</sup> (Maciel et al., 2023), que tem como principal objetivo auxiliar na geração de dados sobre políticas e intervenções que reduzam a lacuna de gênero em STEM. Um dos objetivos específicos deste projeto foi fazer um levantamento em três países - , Peru e Bolívia -, de perfis que incentivem a presença de mulheres nas tecnologias (Instagram, Facebook e LinkedIn). Esse levantamento foi realizado entre os meses de maio e julho de 2022 e revisado em novembro do mesmo ano, localizando 248 perfis nas redes citadas, distribuídos entre os três países.

Ao visitar o conjunto de perfis eiros no Instagram mapeados e que seguem ativos em 2023, foi possível identificar alguns elementos que despertaram um novo interesse de pesquisa. Assim, para a presente pesquisa, nosso objetivo foi analisar os perfis eiros do Instagram de mulheres inseridas no mercado de trabalho da tecnologia, com a última postagem feita há 3 meses ou menos.

## 2. MÉTODO

Para atingir os propósitos desta pesquisa, retomamos o levantamento de perfis que incentivem a presença de mulheres nas tecnologias desenvolvido por pesquisadoras da rede ELLAS, a fim de realizar uma triagem para selecionar os perfis eiros no Instagram. O referido levantamento realizou, inicialmente, uma busca no Instagram utilizando as palavras-chave: menina e tecnologia; garota e tecnologia; guria e tecnologia; mana e tecnologia; cunhantã e tecnologia; mulher e tecnologia. Porém, somente esse critério não foi suficiente para um alcance maior dos perfis de iniciativas disponíveis. Então, a partir dos perfis encontrados com o uso das palavras-chave, usou-se a lógica do método “bola de neve” (Vinuto, 2014) juntamente com a ferramenta do Instagram “Sugestões para você”<sup>2</sup>, tendo assim acesso a outros perfis que não haviam aparecido anteriormente, mas que apresentavam similaridade com aqueles encontrados usando as palavras-chave. Cabe ressaltar que as buscas foram feitas a partir dos perfis das quatro pesquisadoras eiras envolvidas nessa atividade.

A partir dele, localizamos 117 perfis nessa rede social. Como já mencionado, em um primeiro momento nos concentramos nos perfis eiros no Instagram cuja última postagem tenha sido feita entre os meses de maio, junho e julho de 2023. Isso nos trouxe um total de 68 perfis. Durante a realização da análise, alguns perfis ficaram inativos, o que nos levou a uma amostra final de 63 perfis.

---

1 A rede ELLAS está atrelada ao projeto Latin American Open Data for gender equality policies focusing on leadership in STEM

2 Tal ferramenta sugere perfis para você com base na similaridade deste com o perfil que você encontrou

Durante o processo, dividimos os perfis encontrados em duas categorias: perfis de coletivos e perfis individuais, estes últimos de mulheres já inseridas no mercado de trabalho da tecnologia. Percebeu-se que a maioria dos perfis coletivos produzem conteúdo e promovem ações no sentido de incentivar uma maior presença de mulheres nas áreas de tecnologia, o que é primordial para diminuir a disparidade de gênero encontrada nessa área.

Porém, em uma revisão bibliográfica que teve como objetivo realizar um levantamento das produções acadêmicas sobre mulheres nas tecnologias no , feita pelas autoras do presente artigo (Arndt et al., s.f.), verificou-se uma lacuna na produção acadêmica sobre mulheres no mercado de trabalho da tecnologia. Pensando nisso, escolhemos prosseguir a presente pesquisa com a análise dos perfis individuais, focando no conteúdo produzido por mulheres que já estão inseridas e atuando no campo da tecnologia. Dessa forma, esperamos contribuir para o preenchimento da lacuna encontrada, bem como para o estímulo de novas pesquisas acerca dessa especificidade.

Para a análise, utilizamos preceitos da análise de discurso francesa, de inspiração pecheutiana, que entende que a linguagem está relacionada com os processos sociais e psicológicos (Rocha-Coutinho, 1998). Também foi realizada uma análise imagética, considerando as imagens a partir do seu modo de produção de sentidos (Joly, 1996).

### 3. RESULTADOS

Entre os perfis encontrados, 45 são coletivos e 18 individuais. Ainda que o foco desta pesquisa sejam os perfis individuais, cabe mencionar que entre os coletivos, metade deles está vinculado a uma instituição de ensino (Institutos Federais ou Universidades) e a outra metade é composta por projetos independentes. Todos os perfis coletivos têm como foco incentivar as mulheres a acessarem as áreas de tecnologia. Para tanto, oferecem cursos e/ou formações visando instrumentalizá-las tecnicamente, fortalecendo o vínculo entre mulheres que se interessam pela área. A divulgação de vagas de emprego na área também é algo presente com frequência nestes perfis.

No que tange aos perfis individuais, todos eram de mulheres inseridas no campo de STEM, mais especificamente na área da tecnologia. A maioria dos perfis é de mulheres na faixa etária entre 26 e 30 anos, habitantes da região Sudeste do país. 17 destas mulheres têm nível superior completo ou estão frequentando um curso superior, apenas uma é formada no ensino técnico. Dos cursos, sete são oriundas de alguma engenharia, oito de algum outro curso da área de tecnologia e três de outros cursos (Design, Publicidade e Logística). Todas elas estão inseridas no mercado de trabalho, sendo oito delas desenvolvedoras, três engenheiras e oito ocupantes de outros cargos, tais como: assistente de marketing, UX (*User Experience*) research, professora, analista de gestão de identidade de acesso, cientista de dados e líder tech. Uma das mulheres dos perfis pesquisados é formada em engenharia e não foi possível especificar em qual área atua, mas por suas

postagens é possível concluir que a mesma está inserida na área de tecnologia. Com relação ao número de seguidores, no mês de julho de 2023, a maior parte dos perfis tem entre 3 e 20 mil seguidores (7), seguidos de 21 a 50 mil (5), 51 e 100 mil (4) e dois perfis têm mais de 100 mil seguidores: um com 147 mil e outro com 141 mil.

Visualmente, são perfis que adotam uma estética bastante colorida, com a utilização de uma extensa gama de cores, passando pelo azul, laranja, amarelo e verde. Alguns perfis trazem fotos pessoais, assim como vídeos com referências a situações tragicômicas vivenciadas quando se atua na área de tecnologia. Quando o rosa e o roxo são utilizados, parecem fazer mais alusão às cores da tecnologia do que algo que traga elementos de uma “feminilidade”, isso porque os perfis dessas mulheres não trazem em sua composição características estereotipadas associadas no senso comum à “coisa de mulher”, que geralmente é formada por uma ideia de leveza, delicadeza e fragilidade (Arndt et al., 2018). Em contraposição, nos perfis coletivos foi possível verificar, com grande frequência, o uso do rosa como uma forma de trazer o “feminino” para uma área dominada pelos homens.

No que diz respeito à forma como as mulheres se apresentam, apenas três perfis fazem menção explícita ao tema “mulheres e tecnologia” na bio (espaço destinado a incluir informações relevantes sobre você ou sobre sua empresa). Oito perfis trazem no nome do perfil alguma menção a mulheres: @programacaoparaelas, @garotadati, @lindasdaengenharia, @girlcoding, @cod.agirl, @conecta\_elas, @mulheres.na.ti e @elasprogramam. Nos demais, as mulheres utilizam seus próprios nomes. Ainda que quase a metade dos perfis faça menção (no @ ou na bio) ao tema citado, a grande maioria não problematiza as especificidade e desafios de ser uma mulher atuando em uma área ocupada majoritariamente por homens. De acordo com o *Global Gender Gap Report* (World Economic Forum, 2018), no 10,70% das alunas do ensino superior estão matriculadas em cursos STEM, contra 28,60% dos alunos do gênero masculino. Isso faz o ocupar a 92ª posição no ranking global e a 22ª na região da América Latina e do Caribe, apresentando uma das maiores diferenças de gênero da América Latina.

Os perfis individuais analisados têm como foco, majoritariamente, ensinar técnicas de como se inserir e progredir no mercado de trabalho na área da tecnologia. As mulheres, ao falarem de suas estratégias para alcançar o sucesso, reportam-se ao público em geral e não apenas às mulheres. Talvez esta seja uma das razões de a maior parte dos perfis analisados não problematizar o fato de serem mulheres em STEM. Quando a problematização acontece, está mais voltada para a inserção de mulheres nesta área, e não na permanência e desafios encontrados no dia a dia. Porém, sabe-se que o mal-estar acompanha muitas daquelas que atuam nesta área tida como “masculina”. Em pesquisa feita por Bacelar et al. (2021), as mulheres inseridas nas áreas tecnológicas mencionaram sentir-se deslocadas nos ambientes de trabalho, com sentimentos de não pertencimento a esses lugares. Esses acabam sendo polarizados entre homens e mulheres, e por elas

estarem em minoria, ficam marginalizadas e encontram dificuldades de serem ouvidas pela equipe.

Entre os três perfis que fazem menção explícita ao tema “mulheres e tecnologia” na bio, dois, de fato, publicam conteúdos mencionando a questão de gênero na área da tecnologia. São os perfis @mulheres.na.ti e @elasprogramam. O primeiro faz isso por meio de: indicação de livros, séries e filmes sobre a temática de mulheres nas tecnologias; dicas direcionadas ao público feminino; apresentação de dados sobre a participação das mulheres na área de tecnologia; além de posts com mulheres que atuam no mercado de trabalho tecnológico contando suas trajetórias e experiências na área. O segundo perfil costuma fazer mais posts em formato de vídeo, em que faz reflexões sobre a vivência das mulheres no campo da tecnologia. Por se tratar de uma mulher de 49 anos, o perfil faz postagens abordando a questão do etarismo. Além disso, é o único perfil individual, entre os achados na presente pesquisa, que, ao celebrar o Dia Internacional das Mulheres, problematiza a questão de gênero, colocando em pauta assuntos como demissão pós licença-maternidade e o maior impacto das demissões em massa nas carreiras de mulheres em comparação aos homens. Também, ele questiona um termo muito utilizado ao homenagear as mulheres nesse dia: “guerreiras”.

Diante do expressivo número de perfis que não tecem tais problematizações, cabem algumas reflexões. Inicialmente, pode-se conjecturar que ser uma mulher atuante nas tecnologias, com visibilidade nas redes sociais, e não tecer reflexões sobre os desafios inerentes à sua posição, pode passar a falsa impressão de que o mercado de trabalho tecnológico não é “generificado”. Pode-se, talvez, passar a ideia de que uma vez vencida a barreira do incentivo e da inserção, as mulheres encontram igualdade ao longo de suas carreiras em STEM.

Por outro lado, é importante considerar o que pode significar encontrar um perfil de uma mulher que atua na área de tecnologia ao navegar pelo Instagram. Pode-se formular a hipótese que o fato de ser uma mulher na tecnologia seja o suficiente para se colocar nas redes sociais com o intuito de “conectar e empoderar mulheres na TI” (sic) e, de fato, a representatividade pode ser uma maneira de emancipar os/as pessoas integrantes de grupos minoritários e sub-representados em muitas áreas (Dess, 2022), como é o caso das mulheres na tecnologia.

#### 4. CONCLUSÃO

Por meio da análise de perfis eiros no Instagram que têm como foco a interface mulheres e STEM, foi possível verificar que os perfis coletivos compreendem a maioria. Independentemente disso, a opção, nesta pesquisa, pela análise dos perfis individuais, visou contribuir para suprir a lacuna da exígua produção acadêmica acerca de mulheres já inseridas no mercado de trabalho em STEM.

Por entender que as redes sociais produzem uma materialidade discursiva, constituindo importante espaço de produção de sentidos (Dias, 2018), verificar o que mulheres que atuam em STEM falam em seus perfis no Instagram possibilita identificar os discursos que têm circulado ao redor desta temática. Nesse sentido, ainda que a questão da representatividade seja bastante importante, a reduzida problematização de questões atreladas ao fato de serem mulheres e atuarem em uma área predominantemente masculina chamou atenção. Não falar deste assunto pode ser uma estratégia, afinal, como visto, a maioria dos perfis analisados fala sobre tecnologia para um público amplo, não apenas para as mulheres.

Por outro lado, como apontam algumas pesquisas (Bacelar et al., 2021), sabe-se que a disparidade entre homens e mulheres no mercado das tecnologias gera sofrimento a muitas mulheres. Dessa forma, o silêncio não significa inexistência de desafios e obstáculos, mas, talvez uma estratégia de sobrevivência em um mundo em que demonstrar sentimentos e/ou falar de desigualdade de gênero é visto como fragilidade, fraqueza e falta de profissionalismo.

Assim, este estudo aponta para a importância de pesquisadoras/es da interface gênero e STEM debruçarem-se sobre estudos que explorem o que acontece após a inserção de mulheres nessas áreas. Seria importante que estas pesquisas considerassem, além do gênero, outros marcadores, tais como raça, classe e deficiência, a fim de contribuir com um olhar interseccional e plural para as discussões acerca da presença e permanência de mulheres nas tecnologias e, também, em cargos de liderança.

Dessa forma, espera-se, com esta pesquisa, contribuir para o fortalecimento da interface entre estudos de gênero e tecnologia, bem como ampliar a possibilidade de problematização sobre a maneira como a expansão da visibilidade de mulheres presentes nessas áreas vêm acontecendo.

## REFERÊNCIAS

- Arndt, G. J., Miguel, R. de B. P., Michaelsen, M. V., & Barbosa, L. H. (2018). "Como uma garota": novas regras na publicidade de absorventes. *Estudos Feministas*, 26(2). <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2018v26n245585>
- Arndt, G. J., Gonçalves, M. B., Miguel, R. de B. P., & Frigo, L. B. (em submissão). *Mulheres em STEM: produções acadêmicas no contexto eiro*.
- Bacelar, A. S., Campos, A. C., Santos, L. T., Nascimento, T. B. P. do, & Rezende, D. C. de. (2021). Gênero e Construcionismo Social: Os Desafios das Mulheres na Tecnologia da Informação. *Revista de Administração IMED*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.18256/2237-7956.2021.v11i1.4364>
- Dess, C. (2022). Notas sobre o conceito de representatividade. *Urdimento – Revista de Estudos em Artes Cênicas*, 1(43), 1-30.



- Dias, C. (2018). *Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo*. Pontes.
- Frade, R. L. (2021). Comunidades de mulheres em tecnologia: estudo comunicacional e organizacional. In *Anais do XV Women in Information Technology* (pp. 41-50). SBC.
- Joly, M. (1996). *Introdução à Análise da Imagem*. Edições 70.
- Karhawi, I. (2017). Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. *Communicare*, 17(12), 46-6.
- Louzada, N., Santana, T., Assis, I., Braga, R., & Braga, A. (2019, July). Agindo sobre a diferença: atividades de empoderamento feminino em prol da permanência de mulheres em cursos de Tecnologia da Informação. In *Anais do XIII Women in Information Technology* (pp. 69-78). SBC.
- Maciel, C., Guzman, I., Berardi, R., Caballero, B. B., Rodriguez, N., Frigo, L., Salgado, L., Jimenez, E., Bim, S. A., & Tapia, P. C. (2023). "Open Data Platform to Promote Gender Equality Policies in STEM." In *Proceedings of the Western Decision Sciences Institute (WDSI)*. Portland, Oregon, USA.
- Mello, K., & Pedro, W. J. A. (2019). Gênero, ciência e tecnologia: as mulheres inventoras na Universidade Federal de São Carlos. *R. Tecnol. Soc.*, 15(36), 134-150.
- Presidência da República do Brasil. (2017). *Relatório Nacional Voluntário sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*.
- Rocha-Coutinho, M. L. (1998). A análise do discurso em psicologia: algumas questões, problemas e limites. Em L. Souza, M. F. Q. Freitas, & M. M. P. Rodrigues (Orgs.), *Psicologia: reflexões (im)pertinentes* (pp. 317-345). Casa do Psicólogo.
- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, 20(2), 71-99.
- Vinuto, J. (2014). A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. *Temáticas*, 22(44), 203-220.
- World Economic Forum (2018). *Global Gender Gap Report. Insight Report*.

