

## Ingresso de homens e mulheres em cursos superiores no IFRS – *Campus* Erechim

Rafaela Dalla Rosa<sup>1</sup>, Cláudia Turik de Oliveira<sup>1</sup>, Fernanda Zatti<sup>1</sup>, Natálie Pacheco Oliveira<sup>1</sup>,  
Camila Carmona Dias<sup>1\*</sup>

\*Orientador(a)

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - *Campus* Erechim. Erechim, RS

Este resumo faz parte da segunda fase da pesquisa intitulada “Estudo sobre as relações de gênero nos cursos técnicos subsequentes, graduações e pós-graduações do IFRS - *Campus* Erechim” que iniciou-se no ano de 2021 e tem previsão de conclusão em 2023. Este trabalho objetiva a análise do ingresso de estudantes do gênero feminino e masculino em quatro cursos superiores ofertados pelo IFRS - *Campus* Erechim, a fim de determinar quais destes cursos são mais procurados por mulheres e quais são mais procurados por homens. A metodologia aplicada é a quantitativa, fazendo a utilização de dados fornecidos pelo setor de Registros Escolares do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - *Campus* Erechim englobando do ano 2009 até 2021. A pesquisa tem como base de estudo os quatro cursos que são ofertados, abrangendo dados de 1.620 estudantes. Como resultado percebe-se que os cursos com maior ingresso de estudantes do gênero feminino são Tecnologia em Design de Moda com 91,2%, Engenharia de Alimentos com 63,7% e Tecnologia em Marketing com 55,8%. O curso de Engenharia Mecânica tem um ingresso de 13,1% de estudantes do gênero feminino. Conclui-se que os cursos em que ocorre uma diferenciação maior são os de Tecnologia em Design de Moda e Engenharia Mecânica, sendo que o curso de Moda é mais procurado por mulheres, tendo somente 8,8% de ingressantes do gênero masculino, enquanto o de Mecânica é menos procurado por mulheres, tendo 86,9% de estudantes do gênero masculino. Outro curso em que existe uma diferença significativa é o de Engenharia de Alimentos, que conta com somente 36,3% de estudantes do gênero masculino. O Curso de Tecnologia em Marketing é o curso em que existe uma porcentagem mais igualitária entre estudantes de ambos os gêneros, sendo que a porcentagem de diferença é de 11,6%. Nota-se que o fator gênero impacta na escolha dos cursos, sendo que a presença de estudantes do gênero feminino é maior em cursos percebidos socialmente como femininos.

Palavras-chaves: gênero; curso superior; educação.