

Edição v. 45  
número 1 / 2026

Contracampo e-ISSN 2238-2577  
Niterói (RJ), 45 (1)  
jan/2026-abr/2026

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

## TEMÁTICA LIVRE

O homem que veio do futuro? Análise crítica da construção midiática do futurista brasileiro Tiago Mattos

The man who came from the future? Critical analysis of the media construction of the Brazilian futurist Tiago Mattos

VANDER CASAQUI

Universidade Paulista (UNIP-SP) – São Paulo, São Paulo, Brasil.  
E-mail: vander.casaqui@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7823-9861>

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

CASAQUI, Vander. O homem que veio do futuro? Análise crítica da construção midiática do futurista brasileiro Tiago Mattos. **Contracampo**, Niterói, v. 45, n. 1, p. 01-16, jan./abr. 2026.

**Submissão em: 17/10/2025. Revisor A: 30/12/2025. Revisor B: 07/02/2026 | Segunda rodada - Revisor A: 16/03/2026. Data do aceite: 17/03/2026.**

**DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v45i1.69580>**

## Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar a construção da imagem do futurista, um ator social identificado com o capitalismo flexível de nosso tempo. O objeto do estudo é o site pessoal de Tiago Mattos, um dos principais futuristas brasileiros, que também é empreendedor e responsável por cursos voltados à “alfabetização para futuros”. A metodologia é baseada na teoria do discurso social de Angenot, articulada à análise dos elementos da linguagem que compõem as estratégias de autodefinição, legitimação e rentabilização da imagem do futurista. Entre as conclusões, destacamos a forma como a biografia de Tiago Mattos é racionalizada e planejada para alimentar o imaginário do especialista em futuros; e como a configuração de seu trabalho corresponde às competências relativas à cultura empreendedora e ao espírito do capitalismo contemporâneo.

### Palavras-chaves

Futurismo; Discurso; Cultura Empreendedora; Neoliberalismo; Narrativa.

## Abstract

This paper aims to analyze the construction of the image of the futurist, a social actor identified with the flexible capitalism of our time. The object of study is the personal website of Tiago Mattos, one of the leading Brazilian futurists, who is also an entrepreneur and responsible for courses focused on “literacy for futures”. The methodology is based on Angenot’s theory of social discourse, articulated with the analysis of the elements of language that comprise the strategies of self-definition, legitimization, and monetization of the futurist’s image. Among the conclusions, we highlight how Tiago Mattos’ biography is rationalized and planned to feed the imagination of the futures specialist; and how the configuration of his work corresponds to the competencies related to entrepreneurial culture and the spirit of contemporary capitalism.

### Keywords

Futurism; Discourse; Entrepreneurial Culture; Neoliberalism, Narrative.

## Introdução

O título deste artigo é uma derivação da forma como Tiago Mattos, futurista brasileiro estudado neste trabalho, foi definido em entrevista publicada na revista eletrônica *Empresário Digital* em 2020<sup>1</sup>. Intitulada em tom afirmativo, “O homem que veio do futuro”, a matéria continua a apresentação do entrevistado da seguinte maneira: “Expoente do futurismo no país, Tiago Mattos antecipa para gestores de grandes marcas como serão os negócios e o trabalho de um tempo além da nossa percepção”. Esse resumo da revista sinaliza a complexidade do ator social que selecionamos para este artigo, uma vez que ele é descrito a partir de competências transcendentais (“veio do futuro”, antecipa “um tempo além da nossa percepção”), identifica o futuro em que se desenvolve sua *expertise* (o mundo dos negócios, das grandes marcas, do trabalho, ou seja, opera no futuro do mercado como consultor, como *coach* de tendências no interior do sistema capitalista), e o destaca como autoridade em uma cena, o futurismo de mercado no contexto brasileiro. A escolha de Tiago Mattos como objeto deste estudo é sustentada por sua importância na cena do futurismo de negócios no Brasil: trata-se de um dos mais destacados futuristas do país, que, segundo dados publicizados em seu site de apresentação, atendeu mais de 250 empresas (entre elas diversas multinacionais) e “impactou” mais de 100.000 pessoas em diversos países<sup>2</sup>.

O futurista situa-se na conjunção da produção das subjetividades e da sua expressão midiática, em uma síntese dos elementos que compõem a sua atuação profissional. Ou seja, trata-se de um ator social que *rentabiliza* a sua imagem (Alonso Benito; Fernández Rodríguez, 2020); cada matéria na mídia, cada referência aos atributos e competências de Tiago Mattos serve como forma de demonstrar a sua legitimidade e o valor do seu trabalho de *coach* de futuros para empresas e novos negócios, entre outras atividades que exerce. Nesse sentido, o sujeito que constrói a própria imagem em sua inserção na cultura midiática, com o sentido prático de obter ganhos, busca tornar-se *mercadoria desejável* (Bauman, 2008, p. 13, destaques do original): “são, ao mesmo tempo, os promotores *das mercadorias e as mercadorias que promovem*. São, simultaneamente, o produto e seus agentes de marketing, os bens e seus vendedores (...) todos habitam o mesmo espaço social conhecido como *mercado*”. O autor destaca como, no contexto contemporâneo, atravessado pela cultura digital, os sujeitos são impelidos a se inserirem nesse cenário, a pensarem e agirem em função da produtividade de sua construção midiática: “Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável” (Bauman, 2008, p. 20).

Nosso estudo procura compreender como se dá a construção da imagem do futurista Tiago Mattos em sua entrada em cena na mídia digital, por meio da análise crítica dos elementos narrativos e discursivos que apresentam sua trajetória, sua atividade e a construção do valor de seu trabalho. Para tanto, elegemos o seu site oficial para análise (tiagomattos.com), uma vez que ele congrega informações sobre sua trajetória, sobre suas competências, sobre seus trabalhos e presenças na mídia – o que, em sintonia com o que defende Bauman (2008), promove a si mesmo como mercadoria vendável, no mercado ideias e previsões sobre futuros. Tiago Mattos se define, resumidamente, como “empreendedor, autor, professor e expert em futuros”<sup>3</sup>. Em seu livro *Vai Lá e Faz* (2015), o futurista elabora a sua auto-apresentação nos seguintes termos:

[Tiago Mattos] É multiempreendedor, futurista, educador, palestrante e escritor.

---

1 Matéria assinada por Alexandre Carvalho e publicada na revista *Empresário Digital* em 13. nov. 2020. Disponível em: <<https://empresariodigital.com.br/tiago-mattos-o-homem-que-veio-do-futuro/>>. Acesso em: 17 set. 2025.

2 Disponível em: <<https://tiagomattos.com/>>. Acesso em: 5 jun. 2025.

3 Disponível em: <<https://tiagomattos.com/>>. Acesso em: 15 ago. 2025.

Teve o privilégio de se formar Futurista pelo GSP da *Singularity University*. Uma parceria da NASA e do Google, dentro da NASA, no Vale do Silício, que, durante dez semanas, se propõe a preparar *as lideranças do futuro*. (...)

Como empreendedor, Tiago fez parte dos times de co-fundação de diversas iniciativas. Muitas não saíram dos primeiros passos – e grande parte delas nem existe mais. A que ganhou maior notoriedade foi a Perestroika: escola de atividades criativas que ajudou a inspirar e ferramentar milhares de pessoas no Brasil. Atualmente, está envolvido no dia-a-dia da Aeroli.to – carinhosamente chamada de *tailormade tech lab* (...), que trabalha com desenvolvimento/programação, hacking/internet das coisas, robótica para crianças, brand tech/consultoria de tecnologia para marcas, além de cursos de futurismo para adultos e crianças (Mattos, 2015, p. 10-12)

A forma como Tiago Mattos se define, tanto em seu livro quanto em seu site, segue o mesmo padrão: trata-se da constituição de um sujeito do fazer, que elenca seus empreendimentos e competências como uma identidade de caráter rentável, produtivo, mercantilizado. Essa condição permite refletir sobre a abordagem interseccional proposta por Collins e Bilge (2021, p. 16): em contraponto à consideração de que as “categorias de raça, classe, gênero, orientação sexual, nacionalidade, capacidade, etnia e faixa etária” são inter-relacionadas e caracterizam a desigualdade social, Mattos não se apresenta a partir de nenhuma dessas categorias. Sendo homem, branco, jovem, em conformidade com as competências valorizadas pelo sistema capitalista, o futurista dissimula as categorias que reforçariam sua condição privilegiada – e que, certamente, entrariam em conflito com a falácia meritocrática. Sendo assim, a descaracterização de sua corporeidade sugere que o sujeito neoliberal é desterritorializado, universal, determinado predominantemente por seu “espírito” empreendedor – na tradução plena do “eu empresa” discutido por Dardot e Laval (2016). No entanto, Tiago Mattos reproduz as trajetórias e conquistas mais acessíveis às classes dominantes, associadas aos padrões de gênero (masculino) e raça (branquitude) favorecidos de nossa sociedade.

O futurista é um profissional do capitalismo em sua configuração contemporânea, que atua com consultorias, palestras, minicursos, desenvolvendo técnicas próprias e mercantilizando sua *expertise* para empresas, novos negócios, para candidatos a empreendedores, ou para profissionais que, de alguma forma, buscam aprender a “ler futuros”. O futurismo que caracteriza nosso estudo, e que se identifica com as atividades do ator social deste artigo, é um exercício de projeção de cenários futuros relacionado com as práticas do sistema capitalista. De acordo com Carrico (2013, p. 52, tradução do autor), “Embora o futurismo possa parecer representar uma disciplina intelectual bastante rarefeita, e os futuristas um grupo profissional bastante especializado, eu proporia que o futuroológico é, de fato, o discurso predominante da vida pública neoliberal, e os futurólogos os intelectuais por excelência que sustentam a ordem neoliberal”<sup>4</sup>.

Tiago Mattos, o futurista brasileiro selecionado para esta pesquisa é um ator social que se estabelece nesse cenário em que o futuro deve ser previsto e planejado, em função do mercado, para obtenção de lucro e/ou vantagens competitivas:

Para ser um futurista profissional é preciso ir além do óbvio e saber como construir futuros de forma pragmática, bem como estudar futuros para ajudar as pessoas e empresas a entender, antecipar, preparar-se para obter vantagens sobre as mudanças vindouras (Sanchez; Araújo, 2019, p. 171).

Na citação acima, observamos a menção à construção do futuro em uma perspectiva pragmática, como antecipação para tomada de decisões empresariais. Nesse sentido, a noção de futurismo que

---

4 No original: “Although futurism may seem to represent a rather rarefied intellectual discipline, and futurists a rather specialized professional cohort, I would propose that the futurological is in fact the prevailing discourse of neoliberal public life, and futurologists the quintessential intellectuals propping up the neoliberal order.”

identifica Tiago Mattos corresponde a uma identidade laboral, a um papel social exercido no contexto mercadológico, que ressignifica a atividade de consultoria, de planejamento corporativo, de previsão de oportunidades para novos negócios.

## Metodologia

Na contemporaneidade, as identidades do trabalho e as práticas mercadológicas são atravessadas pelas exigências de auto-apresentações dos sujeitos nas redes digitais, como forma de obter oportunidades e construir redes de relações (*networking*). Plataformas como LinkedIn e Instagram têm sido utilizadas com essa função, de apresentar profissionais e servir de contato para oferecer produtos, serviços e, principalmente, vender a si mesmos como *mercadorias desejáveis* (Bauman, 2008).

O personagem Tiago Mattos é meticulosamente construído como especialista em futuros; essa imagem pessoal compreende suas vestimentas, seus gestos, seus modos de expressão, sua retórica e seus modos de parecer. Quando representado por um site da internet, o futurista transporta essas estratégias de construção de si para os elementos componentes do ambiente digital. Nossa abordagem qualitativa deste fenômeno é baseada nas teorias do discurso, em que os modos de dizer são tão importantes quanto o que é dito, em que a forma é constituinte do conteúdo. A imagem de si é produzida pelo próprio ato de tomar a palavra: “Não é necessário que o locutor faça seu autorretrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si. Seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa” (Amossy, 2005, p. 9).

Observar a entrada na cena digital do futurista brasileiro é problematizar, essencialmente, de que forma os recursos digitais estão sendo pensados e utilizados para esse objetivo de traduzir as competências profissionais e as subjetividades de forma produtiva, rentável, mercantilizável para o mercado. Essa é uma realidade do mundo do trabalho contemporâneo, em que a figura do empreendedor corresponde aos vínculos profissionais e efêmeros, baseados em projetos (Sennett, 2007). Ao mesmo tempo que observar o website, destinado a representar e apresentar Tiago Mattos no universo digital é uma oportunidade, um fenômeno relevante da pesquisa em comunicação na contemporaneidade, entendemos que a complexidade de um ser humano não se limita à sua tradução para a internet, o que pode representar algumas limitações do estudo. Dessa forma, o sujeito Tiago Mattos não é observado em suas diversas facetas e interações pessoais, ou em seus contextos cotidianos, mas sim em sua narrativização voltada a construir e a rentabilizar a sua imagem como futurista na internet.

A nossa abordagem da temática do futurismo é baseada em processos comunicacionais, em que o papel das narrativas e dos fenômenos midiáticos são centrais para entender os significados circulantes que vão caracterizar o papel social do futurista. Segundo Brockmeier e Harré (2003, p. 528), “não é apenas a narrativa que faz a mediação, expressa e define a cultura, mas também a cultura define a narrativa. Isso torna ainda mais difícil definir a narrativa como tal, isolada dos contextos de discurso nos quais ela é inserida por diversas convenções culturais”.

Dessa forma, para empreender essa tarefa de analisar as práticas comunicacionais de Tiago Mattos, adotamos a perspectiva teórico-analítica do discurso social de Marc Angenot (2010). Como diz o autor, o discurso social se refere a uma caracterização do que é pensável e dizível em dado momento histórico; sem que se tenha essa abordagem como determinista, ela pressupõe uma relação intrínseca entre narrativas e seu contexto, o horizonte histórico-cultural a partir do qual as lógicas e imaginários sociais se formam, se disseminam e também se constituem em um *mercado de ideias* (Angenot, 2010), o contexto econômico em que as narrativas dos futuristas, e sua própria imagem, transformam-se em mercadorias.

No caso específico de Tiago Mattos, seu site pessoal (tiagomattos.com) exerce a função de apresentar sua trajetória profissional, suas competências e seus serviços, agregando, por meio de

*hiperlinks*, discursos, narrativas, informações que interessam à construção da imagem do futurista. Essa visão estratégica de si é um dos elementos da *rentabilização do eu* (Alonso Benito; Fernández Rodríguez, 2020). Os autores vão discutir o trabalho na contemporaneidade sob a ótica do novo espírito do capitalismo; nesse espectro, o trabalhador, além de adquirir competências ajustadas às lógicas de um capitalismo flexível, precisa desenvolver uma *marca pessoal*, com vistas à sua própria rentabilização. Dessa forma, tanto em dinâmicas da cultura organizacional, quanto em iniciativas de empreender, a imagem pessoal passa a ser um ativo, algo visto como capital humano a ser gerenciado. É sob essas diretrizes que se configura a *personalidade neoliberal*, uma marca que vai alimentar o imaginário do *talento*, entendido como uma performance, uma entrada em cena do sujeito no mercado, fundado na lógica do *eu empresa* (Dardot; Laval, 2016).

Para Angenot (2010), o estudo do discurso social implica a análise crítica de discursos que materializam e caracterizam códigos hegemônicos de seu tempo. Esses códigos hegemônicos representam um grau de naturalização de discursos e ideias que são marcadamente ideológicos; o ideário neoliberal (Dardot; Laval, 2016) corresponde a um dos discursos sociais centrais da atualidade sob a égide do capitalismo. O que se pensa e se dissemina sobre o presente e o futuro do trabalho está arraigado nessa cultura derivada da ideologia do Vale do Silício, ou *Ideologia Californiana* (Barbrook; Cameron, 2018, p. 16-17), uma mistura paradoxal de “determinismo tecnológico e individualismo libertário”, capitaneada por “artesãos hi-tech” que rompem as fronteiras entre a cultura hippie e o “homem organização”: “a Ideologia Californiana, assim, simultaneamente reflete as disciplinas da economia de mercado e as liberdades do artesanato hippie. Esse híbrido bizarro só é possível através de uma crença quase universal no determinismo tecnológico” (idem, p. 18). É desse caldo cultural que surgem profissionais que disseminam suas atividades nas mídias digitais, assumem para si competências como a flexibilidade e as aptidões potenciais (Sennett, 2007; 2006), assim como produzem sua mercadoria baseada na própria imagem, na sua produção narrativa, tributária da cultura do aconselhamento, da ideologia empreendedora, da autoajuda como *antropotécnica*, ou seja, como uma técnica de si (Marín-Díaz, 2015).

Dessa forma, compreender o espírito do tempo, e como esse ideário rege a mentalidade de parte significativa da sociedade, produzindo seus ídolos, seus modelos de conduta, suas *vidas exemplares* (Buonanno, 2011), é partir do pressuposto de que as narrativas desses sujeitos “inspiradores” possuem simultaneamente um caráter individual, pois remetem a um sujeito que diz “eu” e personifica uma experiência, uma vida própria; e também se referem a uma dimensão social, à instância coletiva que representa uma época, seus modos de ver e agir sobre o mundo (Brockmeier; Harré, 2003).

## O futuro visto como fato cultural

A questão do futuro é bastante ampla, e está arraigada na constituição dos seres sociais. Conforme aponta Masini (1993, p. 11, tradução do autor), o futuro “suscita ao homem as questões fundamentais sobre a vida, seja individual, seja da humanidade como um todo, colocando ênfase nas bases que sustentam as visões que o homem tem do próprio homem, da sociedade, do Mundo, da natureza, de Deus”<sup>5</sup>. Ao mesmo tempo em que se trata de uma questão filosófica, existencial, “as atitudes do homem e da sociedade em relação ao futuro variam ao longo do tempo e de acordo com os diferentes momentos históricos”<sup>6</sup> (Masini, 1993, p. 11, tradução do autor). Nesse sentido, é revelador da época em que vivemos reconhecer que o futuro também é uma mercadoria, e que na atualidade há uma cena profissional curiosa,

---

5 No original: “(...) plantea al hombre las preguntas de fondo sobre la vida, sea individual o de la humanidad en su totalidad, poniendo énfasis en la base que sustenta las visiones que el hombre tiene del propio hombre, de la sociedad, del Mundo, de la naturaleza, de Dios”.

6 No original: “(...) las actitudes del hombre y de la sociedad con respecto al futuro varían con el tiempo y conforme los diversos momentos históricos”.

articulada à cultura empreendedora, que se reconhece e quer ser reconhecida como especialista em “futuros”, atualizando, ao menos em termos retóricos e estéticos, o universo mercadológico contemplado pela cultura do aconselhamento (Illouz, 2011).

Appadurai (2015, p. 244) indica que a abordagem antropológica do futuro, considerado como fato cultural, deve ser desenvolvida a partir de três eixos: a *imaginação*, a *aspiração* e a *antecipação*. São eixos, ou dimensões que se estabelecem em intersecção e complementaridade na produção do futuro como indissociável de práticas e perspectivas culturais – sendo também atravessado por *afetos* e *sensações*.

Esse ponto é importante para compreender o papel da narrativa em relação ao futuro. No espectro da construção da imagem de si pelo discurso (Amossy, 2005), o futuro narrado tem um tom, um *ethos*, traz um cenário social, e dessa forma é portador dos afetos que são transmitidos à sua audiência. Como aponta Amossy (2005, p. 16-17),

A maneira de dizer autoriza a construção de uma verdadeira imagem de si e, na medida que o locutário se vê obrigado a apreendê-la a partir de diversos índices discursivos, ela contribui para o estabelecimento de uma inter-relação entre o locutor e seu parceiro. Participando da eficácia da palavra, a imagem quer causar impacto e suscitar a adesão. Ao mesmo tempo, o *ethos* está ligado ao estatuto do locutor e à questão de sua legitimidade, ou melhor, ao processo de sua legitimação pela fala.

Cenários distópicos, utópicos, positivos, incertos, entre outras variações, são fontes de sentimentos, esperanças e motivações, medos e dúvidas, que afetam os sujeitos, que podem mobilizar seus posicionamentos, sua visão de mundo, suas ações futuras (Appadurai, 2015). Retomando os três eixos apontados por Appadurai, primeiramente, temos a dimensão da *imaginação*, que, segundo o autor, é uma prática essencialmente coletiva, uma energia vital em todos os processos e projetos da vida cotidiana – que inclui os sonhos, as fantasias, os momentos criativos, mas para além, o poder da imaginação e da transcendência que pode servir à produção de novos futuros. Essa dimensão mais abstrata do futuro é aliada da segunda dimensão, a *aspiração* – entendida como “política da esperança” (Appadurai, 2015, p. 246), uma vez que “a esperança é o equivalente político do trabalho da imaginação. Pois é apenas através de algum tipo de política de esperança que uma sociedade ou grupo pode conceber uma jornada para uma mudança desejável no estado das coisas”<sup>7</sup> (2015, p. 249, tradução do autor).

Aspirar uma transformação social, cultivar a expectativa de melhoria das condições de existência (ou a “boa vida”), é trabalho comum em função de um futuro, uma expectativa coletiva que pode mobilizar ações voltadas à construção de outros mundos possíveis. Pois, como Appadurai afirma, ao considerar o contexto da sociedade neoliberal, da precarização do trabalho e da vida como um todo, “no mundo em que vivemos hoje, parece difícil afirmar que alguma sociedade ou grupo social se sinta plenamente satisfeito com o estado das coisas ou que alguma sociedade tenha dispensado a necessidade de uma política de esperança” (Appadurai, 2015, p. 249)<sup>8</sup>.

E, por fim, há a terceira dimensão, a *antecipação*. Appadurai parte da experiência do trabalho antropológico para situar a antecipação como tradição ancestral, que, em essência, está baseada no que as sociedades temem, e procuram evitar. Nesse cenário, tanto as adivinhações, magias e rituais antigos (voltados a evitar perigos, desgraças e incertezas do futuro), como a astrologia e demais “tecnologias de predição”, baseadas em “critérios mais textuais e numéricos” (Appadurai, 2015, p. 250) – a serviço da identificação e precaução contra riscos, tragédias e como subsídio para formas de planejamento das sociedades – representam uma ampla variedade de tradições características da *antecipação* de futuros.

7 No original: “la esperanza es el equivalente político del trabajo de la imaginación. Porque es solo mediante algún tipo de política de esperanza que una sociedad o grupo puede concebir una travesía a un cambio deseable en el estado de las cosas”.

8 No original: “en el mundo en el cual vivimos hoy parece difícil afirmar que alguna sociedad o grupo social se sienta plenamente satisfecho con el estado de las cosas o que alguna sociedad haya prescindido de la necesidad de una política de esperanza”.

Nesse contexto, Appadurai dá destaque para a importância da dialética entre o que ele denomina “ética da possibilidade” e a “ética da probabilidade” (Appadurai, 2015, p. 251). A *ética da possibilidade* se refere à ampliação dos horizontes da imaginação fundada na política da esperança, baseada por sua vez em “maneiras de pensar, sentir e agir” – essa ética é o motor ideológico de organizações democráticas e progressistas, que expandem o “campo da cidadania informada, criativa e crítica” (Appadurai, 2015, p. 251). Já a *ética da probabilidade* está fundada em regimes de diagnóstico, contabilização, leituras estatísticas que fornecem subsídios para o mercado e para o crescimento do capitalismo que, por vezes, se beneficia de catástrofes, de desastres, daquilo que alimenta, conforme Appadurai (2015), a especulação capitalista. Ainda nas palavras do autor, o conflito permanente entre essas duas éticas configura o que conhecemos como a globalização de nosso tempo.

Em síntese, da hegemonia de nosso tempo derivam cenários que colonizam o futuro, representando a expansão e reforma dos modos de produção e rentabilização do mercado capitalista. Em contraponto a essa ética neoliberal e tecnicista, localizam-se a imaginação e a produção de outros mundos possíveis, estabelecidas a partir de uma visão humanista e dialógica, construída no tempo presente em disputa. Nesse espectro da ética das possibilidades encontramos estruturas sociais, concepções de mundo e cosmogonias contra-hegemônicas, alternativas dissonantes e voltadas a uma perspectiva do bem viver. Acosta (2015) aponta que a crítica à concepção histórica do “progresso” e do “desenvolvimento”, que justificaram concepções de bem-estar colonialistas e capitalistas, que não atenderam à grande maioria da humanidade, fez aflorar debates e ações sociais que representam “alternativas ao desenvolvimento” e propostas de “transformação civilizatória” (Acosta, 2015, p. 299). O autor fundamenta sua teoria a partir de experiências de bem viver de povos originários andinos e amazônicos. Já Christians (2014, p. 16) discute “a ética feminista do cuidar, a ética comunal africana e a ética dos *media* confucionista” como concepções alternativas sustentadas por três pilares: verdade, dignidade humana e não-violência. Esses pilares são entendidos como valores universais, pois são baseados no caráter sagrado da vida, presente em diversas religiões, culturas e filosofias. Nesse contexto das possibilidades também se encontram cosmogonias de povos originários e movimentos como o afrofuturismo, associados a uma noção de futuro baseada na ancestralidade (Krenak, 2022).

Em relação ao nosso objeto de estudo, buscamos compreender como as narrativas do futurista Tiago Mattos mobilizam as categorias apontadas por Appadurai, produzindo significados para a sua atividade e, simultaneamente, expressando sua visão, sua ideologia em relação a como o futuro se constitui, como pode ser previsto, gerenciado – e qual o papel dos sujeitos nesse mundo que está por vir.

## Capitalismo flexível, personalidade e *rentabilização do eu*: análise do site de Tiago Mattos

A noção de capitalismo flexível concebida por Sennett (2007) é baseada na forma como o trabalhador é interpelado para que se ajuste continuamente, em uma transferência de responsabilidades para o indivíduo que se coaduna com a razão neoliberal. Nas palavras do autor:

A expressão “capitalismo flexível” descreve hoje um sistema que é mais que uma variação sobre um velho tema. Enfatiza-se a flexibilidade. Atacam-se as formas rígidas de burocracia, e também os males da rotina cega. Pede-se aos trabalhadores que sejam ágeis, estejam abertos a mudanças a curto prazo, assumam riscos continuamente, dependam cada vez menos de leis e procedimentos formais. Essa ênfase na flexibilidade está mudando o próprio significado do trabalho, e também as palavras que empregamos para ele (Sennett, 2007, p. 9).

O neoliberalismo transcende as práticas de negócios, é também um modo de ver e agir sobre o mundo. O que seria inicialmente uma doutrina econômica passa a ser a razão, a lógica que organiza o

espírito de nosso tempo. Essa constatação indica a existência de uma *sociedade neoliberal* (Dardot; Laval, 2016); nessa constituição social, que une um cenário de operação econômica, uma concepção de mercado, modos específicos da produção capitalista e novas formas para mercadorias e para práticas de consumo, emergem sujeitos adequados à mentalidade e aos modos de se engajar no sistema capitalista. Um novo homem para um novo mundo, em última instância. Segundo Wendy Brown (2015, p. 17, tradução do autor), o neoliberalismo é “uma forma peculiar de razão que configura todos os aspectos da existência em termos econômicos”<sup>9</sup>.

Podemos afirmar que, nessa perspectiva sociocultural, há diversos modos de ser empreendedor. Considerados os apontamentos precursores de Sennett, em sua obra *A corrosão do caráter* (2007) [1999], a ética individualizante, atomizada que situa os sujeitos no capitalismo contemporâneo; aliada a um caráter “ilegível” de certas formas de trabalho; à máxima de que nada nesse sistema é de longo prazo; e a competências exigidas dos trabalhadores, sintetizadas em termos vagos como “flexibilidade” e “capacidade de assumir riscos”, tudo isso é promovido como “natural”, em uma paisagem social que parece universal, que dá oportunidade a todos igualmente, mas que na verdade aprofunda desigualdades e amplifica a precarização dos trabalhadores da “base da pirâmide”:

Capacidade de desprender-se do próprio passado, confiança para aceitar a fragmentação: estes são dois traços de caráter que aparecem em Davos entre pessoas realmente à vontade no novo capitalismo. São traços que encorajam a espontaneidade, mas ali na montanha essa espontaneidade é, na melhor das hipóteses, neutra. Esses mesmos traços de caráter que geram a espontaneidade se tornam mais autodestrutivos para os que trabalham mais embaixo no regime flexível (Sennett, 2007, p. 73).

Sennett (2007) menciona Davos, espaço de convergência dos mais importantes *players* do capitalismo global, e fonte de ideias que vão reger os movimentos do sistema no futuro, como lugar onde os perfis modelares da sociedade neoliberal são delineados, muitas vezes a partir da maneira como os próprios “vencedores” veem a si mesmos, da forma como se autoimaginam como figuras exemplares. Descendo alguns degraus na escala social que tem seu topo na montanha suíça que abriga o encontro anual do World Economic Forum, podemos afirmar que o empreendimento, na atualidade, passa por uma relação curiosa com a subjetividade. A forma “flexível”, por vezes “ilegível”, “arriscada” do trabalho codificado pela ideologia californiana abre um campo de atuação em que sujeitos passam a pensar em sua própria personalidade, em seus gostos e preferências, no trabalho com a sua visibilidade midiática para imaginar a sua forma de ser empreendedor. Estamos nos referindo ao que Alonso Benito e Fernández Rodríguez (2020) vão chamar de *rentabilização do eu*.

Tiago Mattos é um empreendedor. A atividade de futurista é a base de sua ação empreendedora, que organiza a forma como narrativiza a sua “jornada”, a sua trajetória de sucesso, buscando produzir significados que podem impactar na maneira como precisa ser percebido, como um *especialista*, como autoridade em “futuros”. Um primeiro ponto que evidencia essa lógica narrativa de organização e apresentação da trajetória de vida de maneira esquemática e estratégica é a forma do *diagrama* (Assis; Acselrad, 2024) - uma linguagem muito recorrente no capitalismo praticado a partir da cultura do aconselhamento, dos *coaches*, consultores, especialistas que oferecem sua visão de mundo, suas ideias, sua presença como uma mercadoria a ser *monetizada* (como se diz no jargão corrente do universo dos “empreendedores”, *tiktokers*, celebridades das redes sociais).

A diagramação da jornada empreendedora de Tiago Mattos em forma de *timeline* (linha do tempo) é somente um dos elementos produtores de sentido, que convergem com a imagem (Amossy, 2005) que produz o valor da mercadoria de seu trabalho. Trocando em miúdos, se estamos tratando de um *futurista*, identificamos, na sua entrada em cena nas mídias digitais, no site pessoal que serve de

---

9 No original: “[...] a peculiar form of reason that configures all aspects of existence in economic terms”.

referência para a sua constituição identitária midiaticizada, uma estética que remete à ideia de futuro. A fotografia em preto e tons de cinza, que serve de pano de fundo para a linha do tempo da vida de Tiago, por exemplo, é uma cena de sua atuação em um de seus cursos. O professor flagrado em um gestual que remete a uma espécie de alquimia, com as mãos abertas para o alto e expressão compenetrada, como se algo mágico emanasse de si para encantar seu público ouvinte. Esse registro fotográfico é a representação de um momento de revelação para uma plateia hipnotizada, de aprendizagem profunda e espiritualizada, a cargo de um guru capaz de acionar o futuro. A outra fotografia que ilustra o ponto de partida de sua jornada, no ano de 2006, um *close* do rosto de nosso personagem, é a expressão simbólica de um momento de iluminação, quando o futurista é registrado, junto a uma janela, com a face iluminada e o olhar mediado por seus óculos mirando o “futuro” (Captura de tela 1).

Captura de tela 1 – Linha do tempo da vida empreendedora de Tiago Mattos



Fonte: Site de apresentação de Tiago Mattos. Disponível em: <https://tiagomattos.com/>. Acesso em: 27 abr. 2026.

Ainda sobre a *timeline*, sua vida é esquematizada por meio da imagem que remete ao tradicional ábaco<sup>10</sup>, um instrumento milenar de fazer cálculos, atualizado pelos *hiperlinks* que trazem informações e evidências dessa trajetória. Por mais que possa ser uma alusão não comprovadamente intencional, a semelhança visual com o instrumento de cálculo produz significados, remetendo a uma apresentação da vida regida pelas lógicas econômicas, que não se resume à representação gráfica, mas encontra correspondência no conteúdo, nos marcos significativos da vida narrativizada de forma diagramática. Segundo Assis e Acselrad (2024, p. 8),

A relação entre os diagramas e a produção de verdades nos permite considerá-los como um mecanismo que, embora se construa como reflexo análogo do real, traz consigo a capacidade de criar novas figurações esquemáticas, conduzindo-nos de uma premissa originária para o surgimento de novas afirmações que, por sua vez, têm o poder de produzir sentidos novos acerca da realidade. Para Deleuze (2008), assim como para Peirce (1906), a função do diagrama é “determinar” ou modelar uma realidade futura.

10 Para saber um pouco mais sobre a história e características do tradicional ábaco, consultar: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%81baco>>. Acesso em: 17 ago. 2025.

Sendo assim, a função da vida diagramática de Tiago Mattos não é somente remeter ao passado, que legitima a atuação presente como especialista, como autoridade no que se propõe a fazer, mas também alimenta leituras de uma realidade futura em que é projetado. Esse cenário futurista é retroalimentado pela estética da página, em que tanto sua corporalidade atua para reforçar esse sentido – o figurino quase sempre na cor preta, que remete ao padrão de vestuário adotado pelo empresário e ícone da cultura do Vale do Silício, Steve Jobs, da Apple; a feição confiante e o olhar voltado para um lugar distante, talvez o futuro mirado pelo “visionário”; a estética retrofuturista da página, entre outros elementos que produzem graficamente uma ideia de futuro em torno da imagem de seu ator central.

Tiago Mattos é, em suas origens, um publicitário e empreendedor de cursos voltados à indústria criativa, como aponta sua linha do tempo, que traz como ponto de partida o ano de 2006 – em que se torna cofundador da Perestroika, escola originada na cidade de Porto Alegre, capital do estado brasileiro do Rio Grande do Sul. A progressão de sua carreira, dividida em quatro eixos, coloca o “Empreendedor” como principal, com mais “marcos” em sua trajetória em comparação aos demais tópicos. “Aprendizagem”, outro eixo, na verdade se refere à atividade de ensino que empreende, em cursos e projetos de escolas, atuando como empresário e “educador”. “Futuros” é o terceiro termo, iniciado em 2012. E “Escrita” se refere à sua produção como autor e colunista de sítios que tratam de negócios, dando destaque para o processo de realização do livro que serviu de referência para empreendedores brasileiros em tempos recentes, intitulado *Vai Lá e Faz*, escrito em 2013, publicado em 2015 e financiado por meio de “vaquinha virtual” - também conhecida como projeto de financiamento coletivo lançado pela internet, ou *crowdfunding*.

É por meio da *timeline* de sua vida que descobrimos que o livro VLEF (a sigla do nome da obra, utilizada para identificá-la desde a arte de sua capa) foi “morto” pelo próprio autor, em postagem publicada em seu Instagram em 31 de outubro de 2021 com o título: “Anuncio aqui a morte do meu livro. Anuncio a morte do *Vai Lá e Faz*. Em breve farei uma *live* para explicar os motivos e os próximos passos”. Essa performance midiática já era prevista em suas páginas desde a primeira edição: “Este livro é um retrato da minha visão empreendedora no dia 22 de março de 2015. A partir deste momento, tudo pode mudar. E sinceramente, espero que mude. Trocar de ideia é um recurso necessário para a evolução. Trocar de ideia não é uma fraqueza. É uma grandeza” (Mattos, 2015, p. 13).

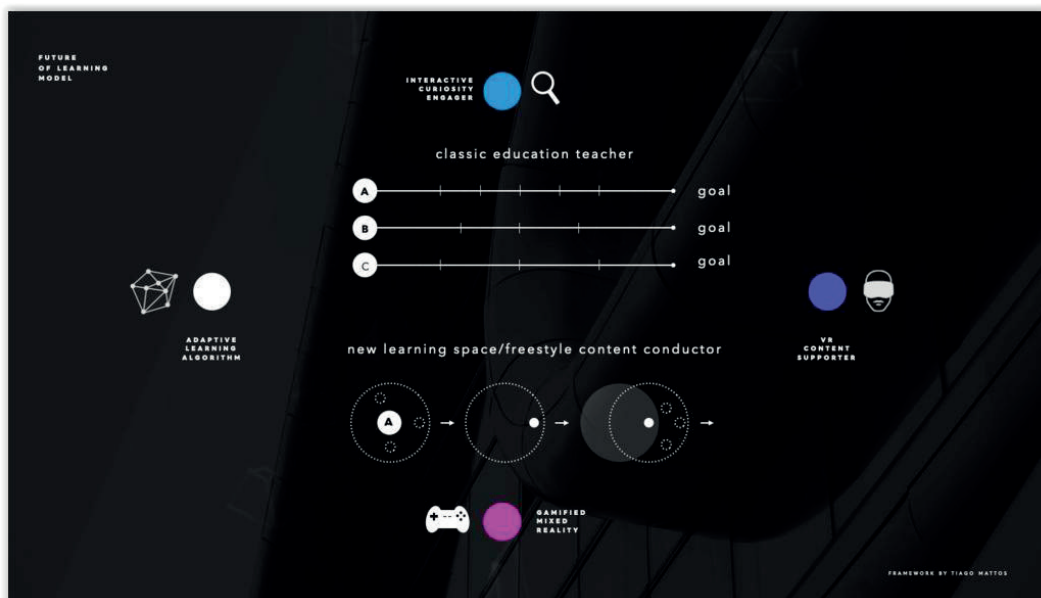
A atitude de Tiago Mattos em relação ao seu próprio pensamento se alinha à construção de sua imagem de futurista, no sentido de que o conhecimento passado não tem valor (“as ideias envelheceram”), ou é irrelevante frente a necessidade de se apresentar por meio da competência de “antecipação de futuros”. A capacidade de antecipação, de previsão, de desenhar futuros é o principal *cartão de visitas* de “um cara em movimento, que avança sem medo de não olhar para trás”, em sua autodefinição expressa na postagem descrita acima. Nesse aspecto, revela claramente o que Sennett (2006) define como *aptidões potenciais*, mais adequadas a um capitalismo flexível e em constante estado de choque, crise e transformação, correspondentes a um profissional preparado para cenários futuros e incertos, pelos olhos dos famigerados departamentos de “recursos humanos”. Esse tipo de competência se coloca em contraponto à *perícia*, ao fazer do especialista, do artesão, que respeita e segue a tradição, e tem compromisso com a feitura bem realizada, com o modo “certo” de se fazer as coisas.

A estratégia de diagramação (Assis; Acselrad, 2024) também é o elemento central de um dos tópicos mais importantes do site na construção da imagem de Tiago Mattos, intitulado “Ideias”. Atualmente, essa divisão da página pessoal do futurista conta com 21 links; do total, 15 são diagramas que representam sua *expertise*. Seguindo a estética do site [tiagomattos.com](http://tiagomattos.com), elaborada a partir de um fundo negro com imagens de detalhes de *gadgets*, de aparatos tecnológicos não plenamente identificáveis, e que parecem estar suspensos, flutuando no ar (o que afirma uma visualidade futurista que remete a filmes de ficção científica), os esquemas utilizam ícones representando aparelhos eletrônicos, como *joysticks* (controles utilizados para a prática de games *online*), máscaras de realidade virtual, tipografia, tracejados e outros elementos gráficos, que simulam imagens 3D (Captura de tela 2). Em conjunto, esses recursos visuais

produzem uma cenografia do futuro, uma moldura para os esquemas mentais desenvolvidos por Tiago Mattos para desenvolver suas leituras de mundos que estão por vir. O uso da língua inglesa para nomear os conteúdos corresponde à linguagem “universal” do mercado (Leary, 2018), a gramática do mundo dos negócios, da administração, da economia e da tecnologia, como bem demonstra o título comum a todos os diagramas, chamados *frameworks* – denominação corrente utilizada para projetos, desenvolvimento de ferramentas, de aplicativos associados ao mundo digital.

A questão principal a ser destacada sobre essa estratégia diagramática: os gráficos, em si, são dificilmente decodificáveis; o recurso gráfico possui um primeiro nível de significação, que é a sua estética, plenamente associada aos elementos futuristas que dão unidade ao site em relação ao seu protagonista. Ou seja, a mercantilização de sua imagem (Bauman, 2008) se expande para os recursos de composição da página digital. As linhas e esquemas traçados, os efeitos de tridimensionalidade, a iconicidade associada ao universo digital, os conceitos lançados em fluxos, o cromatismo predominante na cor preta, que remete a um cenário espacial – tudo isso representa o saber que não é compartilhado ali. São amostras das mercadorias a serviço da rentabilização do eu, as ideias a serem contratadas para consultorias ou adquiridas em pacotes de cursos oferecidos em seus projetos educacionais. Produzem o sentido de algo transcendente, um saber misterioso que só pode ser inteiramente revelado pelo guru, uma vez que não se propõe a representar algo do presente, mas aquilo que remete ao futuro.

Captura de tela 2 – Framework para o futuro da aprendizagem



Fonte: Site de apresentação de Tiago Mattos. Disponível em: <https://tiagomattos.com/>. Acesso em: 27 abr. 2026.

Organizado em diagramas, o futuro torna-se algo passível de ser gerenciado, controlado, planejado. Como afirma Masini (1993), esse é um futuro *colonizado* pelas lógicas e parâmetros da cultura capitalista, em que o mercado é protagonista e tem centralidade na organização social; a produção, o trabalho e o consumo são interdependentes de uma dinâmica concorrencial, em cenário movediço, predatório, “flexível”, como bem discute Sennett (2007).

Nesse processo, é fundamental o reconhecimento do papel da liderança visionária, do especialista e sua marca pessoal. No caso de Tiago Mattos, alguns elementos são estrategicamente posicionados para alimentar a ideia de sua legitimidade como guru, como mediador do saber sobre algo que está por vir, e que não é perceptível para seres humanos comuns. Destacamos o aspecto da formação do futurista: “Como

professor/palestrante, foi o primeiro brasileiro a ser membro do corpo docente da Singularity University (EUA), organização que nasceu da parceria de NASA e Google”<sup>11</sup>. Por meio do site da SingularityU Brazil, a representação local da instituição fundada em 2008 no Vale do Silício, encontramos o seu propósito: “A plataforma colaborativa da SU capacita indivíduos e organizações de todo o mundo a aprender, conectar e desenvolver soluções inovadoras por meio de tecnologias aceleradoras como inteligência artificial, robótica e biologia digital.”<sup>12</sup>

Distante da preocupação com o futuro em viés humanista, a SingularityU conta com aliados (financiadores) do capitalismo global, partilhando com eles as preocupações do sistema com o desenvolvimento tecnológico e com a formação de líderes, ao estabelecer como objetivo final a produção de inovação. A relação com a NASA estimula o imaginário futurista da corrida espacial, tangenciando a ficção científica – por outro lado, dissimula o papel político dessa instituição no projeto expansionista da nação norte-americana (principalmente no período da Guerra Fria), papel também presente na ideologia californiana (Barbrook; Cameron, 2018) de sua localização atual e nos interesses da Big Tech Google.

O “futuro abundante para todos” remete à ideologia da Sociedade da Abundância que alimentou o imaginário do capitalismo em seus primórdios (Baudrillard, 1995). Em síntese, esse ideário pregava que a riqueza acumulada pelos donos dos meios de produção, em momento posterior, seria compartilhada com a classe trabalhadora, tradicionalmente explorada para obtenção do lucro, e com a sociedade de forma geral. Esse imaginário falacioso e já superado (esse momento posterior nunca chegou plenamente; a desigualdade social se mostrou inerente ao sistema no decorrer dos tempos) ainda alimenta a retórica dos grandes *players* do mercado global, chancelados por fundações e organizações como Unicef e ONU. No entanto, o discurso não esconde as intenções de priorizar o desenvolvimento do próprio capitalismo e o enfrentamento de seus problemas e crises no futuro. Por fim, o nome “Singularity” já é revelador de que não estamos tratando de um futuro imaginado e construído *coletivamente*, o que reitera a marca pessoal e individualista, *singular* do futuro pela ótica de Tiago Mattos.

Por fim, destacamos a chancela definitiva que alimenta o imaginário da competência de Tiago Mattos como futurista. Logo abaixo de sua biografia, vê-se em destaque a imagem de um conjunto de marcas de grandes corporações – entre elas as empresas globais Microsoft, IBM, Oracle, Coca Cola, Unilever, Fiat, Nestlé, e as brasileiras Petrobras, Bradesco, Itaú, Rede Globo, entre outras – que supostamente contaram com sua consultoria antecipatória e visionária, e que significam, em última instância, o sucesso legitimador das iniciativas, ideias e estratégias de rentabilização dos sujeitos neoliberais. Eis o discurso competente que destaca as vidas exemplares (Buonanno, 2011) a serem seguidas como lideranças inspiradoras, modelares, plenamente alinhadas ao projeto de sociedade neoliberal que dá sustentação ao espírito do capitalismo de nosso tempo. A aceitação e chancela do mercado corporativo são o atestado da bem-sucedida rentabilização de si e a autoridade para comercializar suas narrativas, sobre o futuro e sobre si mesmos, e convocar suas audiências para a “jornada” do (auto)empreendimento.

## Considerações finais

Em nossas conclusões, retomamos algumas categorias discutidas por Appadurai (2015) e sua análise do futuro como fato cultural para problematizar os pontos discutidos até aqui. Observando os elementos analisados, os discursos que constituem a imagem de Tiago Mattos, temos evidências para afirmar que a atividade futurista corresponde à *ética das probabilidades*, e não das *possibilidades* – uma vez que é um futuro acessível somente pela mediação de um guru, de um líder visionário, de um ser transcendente que é capaz de codificar e diagramar, quantificar e gerenciar o futuro, em função

---

11 Disponível em: <<https://tiagomattos.com/>>. Acesso em: 16 ago. 2025.

12 Disponível em: <<https://www.singularityubrazil.com/singularityu-brazil-sobre>>. Acesso em: 16 ago. 2025.

das demandas do mercado. Eis um futuro de singularidades, e não de pluralidade democrática. Essa questão se torna ainda mais relevante no contexto de um país continental como o Brasil, com milhões de habitantes, desigualdades estruturais e desafios imensos para superá-las. Nesse sentido, a autodefinição do futurista estudado, como um ser universal e desterritorializado, projetado como alguém resumido por seus empreendimentos, reforça a ideia de que o futuro pode ser construído e gerenciado por qualquer sujeito capaz de governar a si mesmo e racionalizar o seu tempo, sem compromisso com o comum e com princípios humanitários.

A perspectiva individualizada do futuro, baseada na ética neoliberal (que responsabiliza os sujeitos pelo próprio sucesso e pelo seu fracasso) não deixa de ser uma resposta cínica, dissimulada, para a realidade social com problemas que atingem, direta ou indiretamente, o conjunto dos cidadãos brasileiros. O futuro deveria ser o lugar da construção imaginária de um mundo melhor, partindo-se da consciência de que é no presente, em diálogo e em coletividade, que se age para a transformação social que contemple as aspirações comuns, com vistas ao bem viver da maioria destituída de privilégios.

O futurista do século XXI, suas narrativas e formas de rentabilização de sua personalidade representam tanto a renovação como a permanência da razão neoliberal (Dardot; Laval, 2016). O que se renova é a retórica do sistema capitalista, por meio de agentes, muitos deles jovens, que se apresentam como profissionais do futuro, e que servem de modelo para estudantes, outros trabalhadores, empreendedores iniciantes ou potenciais em busca de prescrições, de receitas para a obtenção do sucesso. As denominações profissionais, mesmo com as mudanças, seguem a tradição da cultura do aconselhamento discutida por Illouz (2011). Nesse sentido, as bases estruturais e imaginárias do capitalismo são reiteradas: a lógica competitiva, o desprezo pelas tradições e pelo passado, o desmonte de projetos comunitários e efetivamente transformadores (no sentido revolucionário) para dar lugar a uma ética individualizada, predatória e autocentrada. Mais do que um ser alegórico, o futurista é um ator social representativo do mundo em transformação em que vivemos sob a égide do neoliberalismo.

Em síntese, a atividade de imaginar o futuro, que deveria ser um exercício coletivo, que possibilitaria a invenção de outros mundos possíveis, passa a ser uma atividade que busca *insights*, ideias inovadoras, previsão de movimentos do mercado, oportunidades de novos negócios, para alimentar um trabalho que demanda como competência a *antecipação de futuros*. Dessa forma, os diagramas, instrumentos utilizados por Tiago Mattos para desenhar futuros não representam uma *aspiração*, uma *política da esperança* – uma vez que o *esperançar*, como bem apontava o educador e filósofo brasileiro Paulo Freire, é o exercício de imaginar um mundo mais justo, inclusivo, democrático. Um futuro plural e utópico, e não um futuro feito de *singularidades*, revestido da positividade que permeia o discurso gerencial e a cultura empreendedora, que incorpora e ressignifica a tradição da autoajuda e das narrativas motivacionais.

## Referências

ACOSTA, Alberto. El Buen Vivir como alternativa al desarrollo. Algunas reflexiones económicas y no tan económicas. **Política y Sociedad**, v. 52, n. 2, p.299-330, 2015. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/45203>. Acesso em: 27 abr. 2026.

ALONSO BENITO, Luis Enrique; FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Carlos J. Capitalismo y personalidad: consideraciones sobre los discursos empresariales de la rentabilización del yo a través de la marca personal. **Política y Sociedad**, v. 57, n. 2, p. 521-541, 2020. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/65926>. Acesso em: 27 abr. 2026.

AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.

ANGENOT, Marc. **El discurso social**: los límites históricos de lo pensable y lo decible. Buenos Aires: Siglo XXI, 2010.

APPADURAI, Arjun. **El futuro como hecho cultural**: ensayos sobre la condición global. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2015.

ASSIS, Wendell Ficher Teixeira; ACSELRAD, Henri. Os sentidos dos diagramas nas estratégias empresariais do capitalismo extrativista. **Sociologias**, [S. l.], v. 26, n. 63, p. e-soc119818, 2024. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/sociologias/article/view/119818>. Acesso em: 27 abr. 2026.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BARBROOK, Richard; CAMERON, Andy. **A Ideologia Californiana**: uma crítica ao livre mercado nascido no Vale do Silício. União da Vitória – PR: Editora Monstro dos Mares; Porto Alegre: BaixaCultura, 2018.

BROCKMEIER, Jens; HARRÉ, Rom. Narrativa: problemas e promessas de um paradigma alternativo. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 16, n. 3, p. 525-535, 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/prc/a/8z4tybyPwGwyfGfsVBQMXgH/?lang=pt>. Acesso em: 27 abr. 2026.

BROWN, Wendy. **Undoing the Demos**: neoliberalism's stealth revolution. Nova York: Zone Books, 2015.

BUNNANO, Milly. Histórias de vida exemplares. Biografias. **MATRIZES**, ano 5, n.1, p. 63-84, 2011. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/38309>. Acesso em: 27 abr. 2026.

CHRISTIANS, Clifford. Panorâmica da ética dos media no plano internacional. **Comunicação e Sociedade**, vol. 25, p. 16-33, 2014. DOI: 10.17231/comsoc.25(2014).1854. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/867>. Acesso em: 27 abr. 2026.

COLLINS, Patricia H.; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade**. São Paulo: Boitempo. 2021.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

ILLOUZ, Eva. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

KRENAK, Ailton. **Futuro ancestral**. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

LEARY, John Patrick. **Keywords**: the new language of capitalism. Chicago: Haymarket Books, 2018.

MARÍN-DÍAZ, Dora Lilia. **Autoajuda, educação e práticas de si**: genealogia de uma antropotécnica. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

MASINI, Eleonora Barbieri. **La previsión humana y social**: estudios sobre los futuros. México D.F.: Centro de Estudios Prospectivos de la Fundación Javier Barros Sierra / Fondo de Cultura Económica, 1993.

MATTOS, Tiago. **Vai Lá e Faz**: como empreender na era digital e tirar ideias do papel. Osasco-SP: Ed. Belas-Letras, 2015. Disponível em: <https://atualiza.aciaraxa.com.br/ADMArquivo/arquivos/arquivo/Vai%20L%C3%A1%20e%20faz!.pdf>. Acesso em: 12 out. 2025..

SANCHEZ, Christiane Rattón; ARAÚJO, Liriane Soares. Futurismo: tendências da tecnologia no empreendedorismo. **Revista Interface Tecnológica**, v. 16, n. 1, p. 171–183, 2019. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/586>. Acesso em: 27 apr. 2026.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter**: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2007.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

Vander Casaqui é Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP, e pós-doutorado pela Universidade Nova de Lisboa. Professor titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP-SP. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Suas pesquisas recentes desenvolvem a análise crítica dos discursos da cultura empreendedora e das narrativas sobre o futuro do trabalho.