

Revolução de fachada:

quando o banco paga, a militância invade e o lucro segue intacto

Itaú e PSOL protagonizaram mais um capítulo da tragicomédia nacional. De um lado, o banco que há anos financia a cultura progressista, os coletivos certos, os cineastas engajados, os editais identitários, as campanhas pela “democracia”. Do outro, o partido que ajudou a criar esse ambiente ideológico, ocupou o espaço público com pautas simbólicas e articulou pela volta do PT ao poder. São cúmplices na origem – e agora encenam antagonismo.

A sede do banco foi invadida. Supostamente em nome dos pobres. Mas os invasores não eram miseráveis. Eram militantes profissionais, treinados, com assessoria jurídica, estética de protesto e patrocínio indireto de diversas instituições. A indignação vinha com curadoria.

Não foi revolta. Foi performance.

A “luta de classes” virou grife. Não se trata mais de oposição entre trabalho e capital, mas de uma disputa simbólica dentro do próprio sistema. O conflito real – entre o Brasil produtivo e o rentismo, entre o pequeno empreendedor e o monopólio financeiro – desapareceu sob camadas de narrativa. O que restou foi um teatro: uma militância que precisa parecer radical, um banco que precisa parecer tolerante, um governo que precisa parecer popular.

Enquanto isso, o sistema financeiro segue no lucro – e no lucro alto. Em 2023, o Itaú registrou R\$ 35,6 bilhões. Em 2024, bateu novo recorde: R\$ 41,4 bilhões. Tudo isso sob o governo Lula. O mesmo que a esquerda diz enfrentar, mas que nunca foi tão generoso com os bancos. A esquerda finge que odeia banco. A Faria Lima finge que odeia a esquerda.

E por que isso acontece?

Porque a esquerda trocou o conflito econômico pelo identitarismo domesticado. Abandonou a crítica à estrutura de poder para assumir uma estética de oposição sem conteúdo real. E os bancos entenderam rápido: muito mais seguro financiar uma esquerda inofensiva do que enfrentar uma crítica séria ao próprio sistema.

A nova militância já vem com manual de conduta, roteiro de hashtags e patrocínio para produção de conteúdo. É por isso que o protesto nunca é contra a ciranda da dívida pública, o monopólio bancário, os juros extorsivos ou a financeirização da vida. A rebelião termina onde começa o boletim da B3.

No fim, todos ganham. O banco reforça sua imagem de “ouvido aberto”. O partido reforça sua base com espetáculo e vitimização. A imprensa ganha cliques. E a militância ganha engajamento e talvez um próximo edital.

Só quem perde é o país. Porque a verdadeira luta – aquela que expõe os mecanismos de concentração, a captura institucional e o empobrecimento programado – continua invisível. A encenação ocupou o lugar da crítica. A estética venceu o conteúdo. E o patrocinador virou o protagonista da própria revolução de fachada.

- **Aliança simbólica entre bancos e militância progressista:**

O Itaú financia pautas e coletivos progressistas enquanto lucra com o atual sistema, mesmo sob governos supostamente de esquerda.

- **Simulação de conflito:**

O PSOL e a militância encenam oposição ao banco, mas tudo se dá dentro de um jogo de aparências – uma “performance” que mantém intacta a estrutura de poder e riqueza.

- **Deslocamento da crítica econômica para o identitarismo:**

A esquerda abandonou o embate com o capital financeiro em favor de causas simbólicas, mais palatáveis e menos ameaçadoras ao sistema.

- **Lucro intacto e encenação como estratégia:**

Todos os envolvidos – bancos, partidos, imprensa e militância – lucram de alguma forma, enquanto a crítica real ao rentismo e à financeirização é abafada.

