

O PODER E O MARKETING DA MORTE

Sergio Victor Tamer

Academia Maranhense de Cultura Jurídica, Social e Política · <https://orcid.org/0000-0003-1042-298X>

Mais do que homenagens póstumas, esses rituais constituem uma poderosa estratégia de marketing político, capaz de moldar a memória histórica e reafirmar a autoridade de regimes que pretendem sobreviver ao desaparecimento de seus líderes.



Sergio Tamer é professor e advogado, presidente do Centro de Estudos Constitucionais e de Gestão Pública - CECGP

Embora a morte de um governante costume encerrar um ciclo político, nos regimes ditatoriais, como o do Irã, ela frequentemente marca o início de uma nova etapa de manipulação do poder, conforme assistimos a pouco pelo noticiário internacional. O cadáver de um ditador do tipo Ali Khamenei transforma-se em instrumento de propaganda, e o funeral converte-se em espetáculo de massas. Assim, o luto coletivo é cuidadosamente dirigido para reforçar a legitimidade do regime e garantir a continuidade de seus sucessores.

Para os estudiosos da política e do poder, a história do século XX fornece inúmeros exemplos desse fenômeno, que poderíamos chamar de **marketing político da morte**. Não se trata apenas de homenagear um chefe de Estado, mas de construir

uma narrativa emocional capaz de perpetuar uma ideologia, fortalecer instituições autoritárias e conferir ao líder falecido uma condição quase mística. Em 1953, foi exatamente isso que ocorreu com Joseph Stalin. Milhões de soviéticos passaram diante de seu corpo exposto na Casa dos Sindicatos, em Moscou. A multidão provocou tumultos que resultaram na morte de centenas de pessoas por esmagamento. Em seguida, Stalin foi colocado ao lado de Lenin no mausoléu da Praça Vermelha, numa tentativa de eternizar sua imagem como sucessor natural da Revolução Bolchevique.

Situação semelhante ocorreu na China, quando Mao Tsé-Tung morreu em 1976. O governo organizou dias de luto nacional, cerimônias em todo o país e manteve seu corpo embalsamado até hoje no mausoléu localizado na Praça Tiananmen. O culto à personalidade permaneceu como um dos pilares simbólicos do Estado chinês. Na Coreia do Norte, o roteiro repetiu-se com impressionante rigor. Tanto Kim Il-Sung quanto seu filho, Kim Jong-il, tiveram funerais cuidadosamente coreografados, transmitidos para todo o país, exibindo multidões em lágrimas e manifestações públicas de fidelidade. O objetivo era claro: legitimar a sucessão dinástica e transmitir a ideia de continuidade absoluta do regime.

Casos dessa mesma natureza podem ser encontrados no Vietnã, com Ho Chi Minh; na antiga Iugoslávia, com Josip Broz Tito; na Venezuela, após a morte de Hugo Chávez; em Cuba, durante as homenagens a Fidel Castro; e no Turcomenistão, sob o culto construído em torno de Saparmurat Niyazov. Embora diferentes em contexto histórico e intensidade, todos esses episódios revelam um mesmo padrão: a utilização política da morte como instrumento de preservação do poder.

Os cientistas políticos costumam apontar quatro objetivos principais nesses grandes funerais de Estado. O primeiro consiste em fortalecer o culto à personalidade, transformando o governante numa figura quase sagrada; o segundo busca legitimar o sucessor como herdeiro natural do líder desaparecido; o terceiro procura mobilizar emocionalmente a população, convertendo o luto em demonstração pública de lealdade; e, finalmente, pretende-se transmitir a mensagem de que o líder morreu, mas o regime permanece vivo e inabalável.

Naturalmente, nem toda manifestação popular nesses funerais decorre exclusivamente de coerção. Em diversos casos existia apoio genuíno ao governante por

parcelas significativas da sociedade. Entretanto, seria igualmente ingênuo ignorar o papel desempenhado pela propaganda oficial, pelo controle dos meios de comunicação, pela pressão social e, muitas vezes, pelo medo, elementos característicos de sistemas ditatoriais.

Agora, em pleno século XXI, o mundo assiste a mais um capítulo dessa velha estratégia política: a morte do aiatolá Ali Khamenei, após quase quatro décadas como autoridade máxima da República Islâmica do Irã, abriu espaço para uma extensa programação oficial de homenagens organizada pelo regime. Segundo os organizadores, as cerimônias tiveram como finalidade “reforçar a coesão nacional e a unidade” entre diferentes grupos políticos, sociais e religiosos. Ora, a própria justificativa evidencia que o funeral ultrapassa a dimensão religiosa ou humanitária, assumindo uma função essencialmente política: reafirmar a legitimidade do sistema justamente num momento de grande instabilidade interna e externa.

Não custa lembrar que o Irã atravessava um período marcado por sucessivos protestos populares, desde o Movimento Verde de 2009 até as manifestações conhecidas como “Mulher, Vida, Liberdade”, iniciadas em 2022, além de novos levantes registrados entre o fim de 2025 e o início de 2026. Todos, porém, foram reprimidos com brutalidade pelas forças de segurança que mataram milhares de pessoas. Aliás, diversos estudiosos do país observam que a condução política de Khamenei se caracterizou pela recusa sistemática em fazer concessões tanto aos reformistas quanto aos opositores do regime. Essa postura contribuiu para ampliar o distanciamento entre parcela significativa da sociedade iraniana e suas instituições políticas.

Mas, independentemente das circunstâncias específicas do Irã, a história demonstra que regimes autoritários frequentemente compreendem que o poder não termina com a morte do governante. Pelo contrário, ela pode representar uma oportunidade para reconstruir sua imagem, despertar emoções coletivas e renovar compromissos ideológicos por meio de uma poderosa encenação política. Ou seja, enquanto nas democracias a legitimidade deriva das instituições, das eleições periódicas e do Estado de Direito, nos regimes personalistas ela costuma depender da construção permanente de símbolos. E nenhum símbolo possui maior força emocional do que a morte cuidadosamente transformada em espetáculo.

A história, por isso, ensina que ditaduras não procuram apenas controlar a vida de seus cidadãos; procuram também controlar a memória. Afinal, quando um regime consegue transformar um funeral em instrumento de poder, não está apenas enterrando um homem, mas está tentando impedir que sua própria narrativa seja sepultada junto com ele. E o Irã, que costuma unir política com religião, logo aprendeu com os aiatolás a arte da manipulação, nos dando agora a clara demonstração de que as ditaduras não morrem com seus ditadores: antes de sepultá-los, transformam seus funerais em palco, seus caixões em bandeiras e sua memória em instrumento de poder.

Publicado em: 8 de julho de 2026

Disponível em: <https://cecgp.com.br/o-poder-e-o-marketing-da-morte-por-sergio-tamer/>

COMO CITAR

TAMER, Sergio Victor. O PODER E O MARKETING DA MORTE. Revista de Estudos Constitucionais e de Gestão Pública, v. 1, n. 1, 2026. Disponível em: <https://cecgp.com.br/o-poder-e-o-marketing-da-morte-por-sergio-tamer/>. Acesso em: 14 set. 2026.