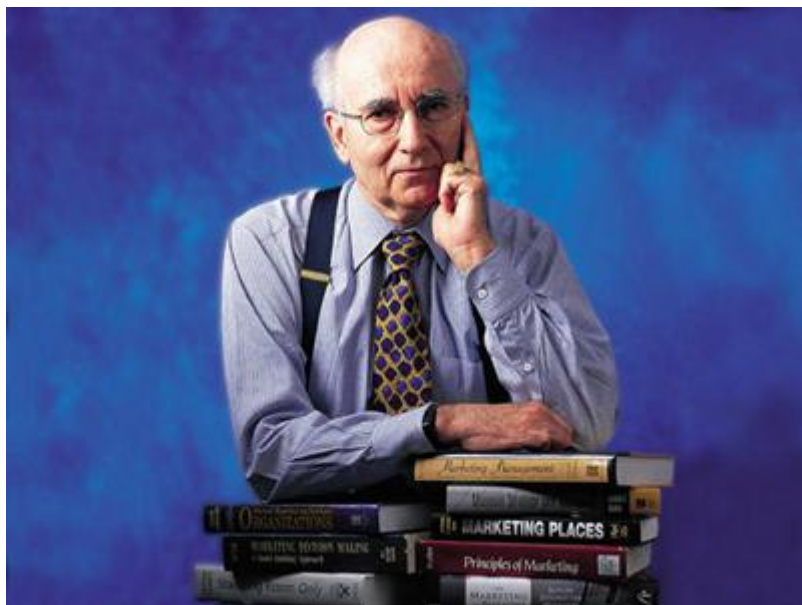


Há anos entre os mais vendidos de Marketing, Kotler se mantém atual?

Leticia Muniz

Professores das principais escolas de negócio brasileiras comentam a relevância da obra e a importância do autor mais renomado do Marketing mundial



Aos 81 anos de idade e considerado uma lenda viva do mundo mercadológico, o professor Phillip Kotler é, há anos, leitura obrigatória para estudantes e profissionais de Marketing. Apesar de ter escrito mais de 50 livros abordando os principais assuntos sobre o tema, especialistas da área divergem sobre a atemporalidade de suas obras. O que é nítido, no entanto, é o sucesso dos seus livros, que há pelo menos cinco anos permanecem nas listas dos mais vendidos das principais livrarias do país.

Desde 2008, os trabalhos de Phillip Kotler surgem no Top 10 dos livros mais vendidos em Marketing, elaborado anualmente pelo Mundo do Marketing. Neste ano, o professor figura no ranking com quatro de suas obras: Marketing 3.0 - As Forças que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano, em primeira posição; seguida por Administração de Marketing, em segunda; Princípios de Marketing, em sétima e Marketing de A a Z - 80 Conceitos que Todo Profissional Precisa Saber, na nona colocação.

O principal questionamento é: será que depois de tantos anos Kotler continua atualizado em seus princípios? As obras trazem uma abordagem ampla e organizada sobre os conceitos de Marketing e dão a possibilidade para o aprofundamento em outras referências bibliográficas indicadas por ele próprio ao final de cada capítulo.

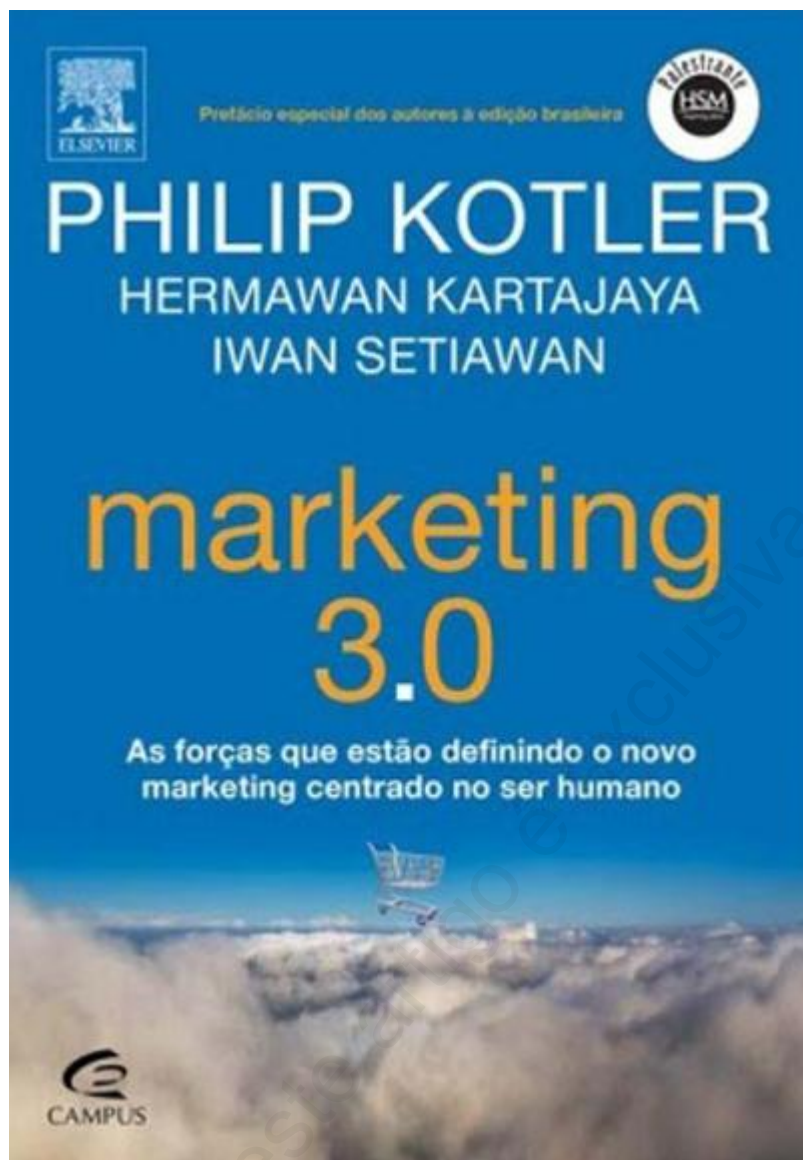
Leitura obrigatória

Nas principais instituições de ensino de Marketing, Kotler continua sendo a principal referência bibliográfica oferecida aos estudantes. "Vi a morte de Kotler ser decretada várias vezes e a verdade é que a capacidade que ele tem de se manter relevante é invejável. Isso se dá por que seus livros se propõem a atuar como se fossem uma enciclopédia em Marketing, ou seja, eles não oferecem uma visão aprofundada dos assuntos, mas sim uma passagem em ampla gama deles", explica o professor Eduardo Halpern, Coordenador do Ibmec.

A leitura ainda é vista como obrigatória para quem deseja aprender Marketing por ser uma forma de despertar o primeiro interesse pelos conceitos, permitindo conhecer um pouco sobre cada uma das possibilidades de atuação que a disciplina oferece. "Kotler continua sim sendo quase que uma leitura obrigatória para quem quer atuar em Marketing. É difícil encontrar algum profissional da área que nunca tenha tido contato com o que ele escreve, seja um livro

ou um texto. Há outros autores, mas todos são muito parecidos e, em algum momento, acabam citando Kotler. Não há como fugir disso”, completa Eduardo Halpern.

Outra particularidade de Kotler é que, apesar de se manter sempre atualizado em seus conceitos, ele procura fugir dos modismos do Marketing, se atentando ao clássico. Primeiro colocado na lista dos livros mais vendidos desde o ano passado, Marketing 3.0 - As Forças que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano é uma das provas da capacidade de atualização do autor, que aborda o consumidor como seres complexos e multifacetados.



Organização de conceitos

Além de ter sido o primeiro autor a ter o mérito de organizar os conceitos do Marketing, Phillip Kotler foi também o primeiro a estender o Marketing às atividades humanas, mostrando que ele poderia ser aplicado não apenas para vender produtos, mas, também, para serviços, varejo, lugares e pessoas. “Kotler não está ultrapassado. Ele tem uma vida dedicada ao Marketing e quem quiser conhecer o assunto deve começar por ele e depois aprofundar em suas áreas de interesse. É importante lembrar que o fato de um profissional trabalhar há muitos anos em uma área não significa, de forma alguma, que ele esteja desatualizado. É como música. Quem quer aprender deve passar por Beethoven, por exemplo”, comenta o professor Marcelo Pontes, Chefe do Departamento de Marketing da ESPM.

Há profissionais, no entanto, que creem que o próprio dinamismo do Marketing acabe fazendo com que Kotler fique desatualizado em alguns momentos e, por isso, a busca de outras fontes

de informação é fundamental. “Kotler é sim uma leitura obrigatória. É fundamental ler seus livros por causa dos conceitos, mas apenas ele não se basta mais. Há muita coisa que está defasada. O mercado é extremamente dinâmico e a literatura impressa acaba se tornando obsoleta”, pondera Marcos Henrique Facó, Superintendente de Marketing da Fundação Getúlio Vargas – FGV.

Além da mudança contínua de mercado e do surgimento rápido de novos conceitos, entram no mérito da discussão ainda o interesse da atual geração pelas plataformas digitais e mobile. Apesar de atuarem intensamente nessa área, grande parte dos profissionais acabam não possuindo o embasamento teórico, seja por falta de bibliografias disponíveis, seja por falta do hábito de leitura.

Essa mudança na tônica de atuação de alguns profissionais de Marketing acaba fazendo com que eles não compreendam a fundo o comportamento do consumidor e não colham os resultados esperados nas suas ações. “O conselho que dou hoje é que, muito mais que ficar apenas preso à leitura de Kotler, o profissional de Marketing seja um angustiado. Um eterno buscador. É preciso ir atrás das informações em outras fontes. É fundamental conhecer o consumidor. Mesmo que Kotler esteja defasado, começar por ele é importante por que ali estão os fundamentos. A geração atual está preocupada com o digital, mas não tem esse embasamento. Usa, mas não sabe os por quês. Isso faz com que os resultados não sejam alcançados ou que, talvez, eles nem saibam quais resultados esperar”, afirma Marcos Facó.

Fonte: Mundo do Marketing [Portal]. Disponível em:
<<http://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/mercado/26242/ha-anos-entre-os-mais-vendidos-de-marketing-kotler-se-mantem-atual-.html>>. Acesso em:
14 dez. 2012.