

**EDUCAR PARA CONECTAR: MARKETING EDUCACIONAL NO
SETOR DA MASSOTERAPIA**

**EDUCATE TO CONNECT: EDUCATIONAL MARKETING IN THE
MASSAGE THERAPY SECTOR**

Heiky Espanhol Takei*
Silmara Ribeiro Moscatelli**

Resumo

Este artigo aborda a massoterapia como prática terapêutica que vai além do relaxamento, promovendo redução do estresse, alívio de dores musculares e melhora da circulação sanguínea. Apesar de seus benefícios comprovados, a massoterapia ainda é pouco estudada e reconhecida pela população, sendo frequentemente vista como atividade estética. O trabalho destaca a relevância do marketing educacional como ferramenta estratégica para ampliar o conhecimento do público sobre a massoterapia, desmistificando-a e incentivando sua inclusão nas rotinas de autocuidado e saúde preventiva. Os objetivos centrais do estudo são: (1) divulgar informações claras e acessíveis sobre a massoterapia para corrigir percepções equivocadas; (2) avaliar o nível de conhecimento, atitudes e importância da população por meio de pesquisa online; e (3) promover atendimentos diretos em instituições selecionadas para demonstrar os benefícios práticos da massoterapia. A metodologia integra três componentes principais: atendimentos comunitários realizados em parceria com a Faculdade Fatec, ONG Corrente do Bem e Clínica Psiquiátrica Bezerra de Menezes; aplicação de questionários online para coleta e estatística dos dados sobre percepção pública; e ações de marketing educacional via plataformas digitais, especialmente Instagram, para divulgação de conteúdos informativos, vídeos e relatos de atendimentos. Essa abordagem multidimensional visa não apenas informar, mas transformar a percepção social da massoterapia, promovendo sua valorização como intervenção de saúde e facilitando a inserção profissional dos massoterapeutas no mercado. O projeto propõe um modelo integrado de educação, pesquisa e ação comunitária para fortalecer a massoterapia como recurso acessível e eficaz para o bem-estar coletivo.

Palavras-chave: Massoterapia. Marketing educacional. Percepção pública. Autocuidado. Saúde preventiva.

Abstract

This article discusses massage therapy as a therapeutic practice that goes beyond relaxation,

* Acadêmico do curso de Tecnologia em Marketing da Faculdade de Presidente.

** Prof.^a Dr.^a do curso de Tecnologia em Marketing da Faculdade de Presidente Prudente.

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

promoting stress reduction, relieving muscle pain and improving blood circulation. Despite its proven benefits, massage therapy is still little studied and recognized by the population, and is often seen as an aesthetic activity. The study highlights the relevance of educational marketing as a strategic tool to increase public knowledge about massage therapy, demystifying it and encouraging its inclusion in self-care and preventive health routines. The main objectives of the study are: (1) to disseminate clear and accessible information about massage therapy to correct misperceptions; (2) to assess the level of knowledge, attitudes and importance of the population through online research; and (3) to promote direct care in selected institutions to demonstrate the practical benefits of massage therapy. The methodology integrates three main components: community care provided in partnership with Faculdade Fatec, NGO Corrente do Bem and Clínica Psiquiátrica Bezerra de Menezes; application of online questionnaires to collect and statistically analyze data on public perception; and educational marketing actions via digital platforms, especially Instagram, to disseminate informative content, videos and reports of care. This multidimensional approach aims not only to inform, but also to transform the social perception of massage therapy, promoting its appreciation as a health intervention and facilitating the professional insertion of massage therapists in the market. The project proposes an integrated model of education, research and community action to strengthen massage therapy as an accessible and effective resource for collective well-being.

Keywords: *Massage therapy. Educational marketing. Public perception. Self-care. Preventive health*

1. INTRODUÇÃO

A massoterapia é uma prática terapêutica que utiliza técnicas de manipulação dos tecidos do corpo humano, proporcionando benefícios que vão além do relaxamento físico, incluindo a redução do estresse, alívio de dores musculares e melhora da circulação sanguínea. Apesar de sua reconhecida eficácia, a massoterapia ainda enfrenta desafios em termos de reconhecimento e compreensão por parte da população. É nesse cenário que se insere o tema deste artigo, intitulado "Educar para Conectar: Marketing no Setor da Massoterapia", que visa explorar como estratégias de marketing educacional podem ser uma ferramenta poderosa para promover o conhecimento sobre essa prática.

Nos últimos anos, o marketing educacional tem se tornado um recurso estratégico para diversas áreas, permitindo não apenas a promoção de serviços, mas também a conscientização sobre a importância de determinadas práticas para a saúde e bem-estar das pessoas. Assim, o primeiro objetivo deste trabalho é proporcionar conhecimento sobre a massoterapia, que é muitas vezes percebida como uma atividade meramente estética, ao invés de uma importante intervenção de saúde. Por meio da disseminação de informações claras e acessíveis, espera-se desmistificar essa prática, permitindo que mais pessoas a incluam em suas rotinas de

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

autocuidado e saúde preventiva.

Além disso, este projeto busca coletar uma amostra do conhecimento da população sobre a massoterapia, utilizando formulários online como ferramenta de pesquisa. Essa coleta de dados será fundamental para entender a percepção pública acerca da massoterapia e suas aplicações, identificando não apenas o nível de conhecimento, mas também as atitudes e crenças relacionadas a essa prática terapêutica. Os dados obtidos poderão oferecer *insights* preciosos sobre como aprimorar as estratégias de marketing educacional, ajustando-as as reais necessidades e expectativas do público-alvo.

Outro pilar deste projeto é o atendimento à comunidade em locais selecionados, em que a massoterapia será oferecida como um recurso para promover saúde e bem-estar. A metodologia adotada inclui a identificação de instituições que possam se beneficiar deste serviço, como a Faculdade Fatec, a ONG Corrente Do Bem e a Clínica Psiquiátrica Bezerra de Menezes. Estas parcerias foram cuidadosamente escolhidas não apenas pela viabilidade do projeto, mas também pela sua relevância social e potencial de impacto positivo. Através dessas colaborações, espera-se levar a massoterapia a públicos diversos, fomentando uma cultura de autocuidado e saúde integral.

A utilização de plataformas digitais, como um perfil profissional no Instagram, também se destaca na metodologia do projeto. Ao compartilhar conteúdos informativos, promover eventos e relatar os atendimentos realizados, buscamos criar um canal de comunicação eficaz e acessível, engajando a comunidade e incentivando a participação no processo de aprendizado sobre massoterapia. Essa estratégia visa não apenas informar, mas também conectar pessoas à prática, criando um senso de comunidade e compartilhamento de conhecimentos.

Em síntese, o artigo "Educar para Conectar: Marketing no Setor da Massoterapia" traz uma proposta que integra conhecimento, pesquisa e ação comunitária, com o intuito de aumentar a conscientização e a valorização da massoterapia. Sendo assim, por meio de um esforço conjunto de educação e marketing, almejamos não apenas informar, mas transformar a percepção da população sobre essa prática, promovendo um futuro onde a massoterapia seja amplamente reconhecida e acessível como uma valiosa contribuição para a saúde e bem-estar de todos.

2. DESENVOLVIMENTO

Este trabalho se justifica pela compreensão de que a população necessita de cuidados adequados com a saúde e o bem-estar. Nos dias atuais, em que a demanda de atividades é, muitas vezes, superior ao esperado pelo ser humano, muitas pessoas frequentemente negligenciam o autocuidado, resultando em sérios prejuízos à sua qualidade de vida. Ao realizar a pesquisa, constatamos que diversos problemas enfrentados pela sociedade estão frequentemente relacionados a estresses cotidianos, como a pressão no ambiente de trabalho, dificuldades financeiras e desafios pessoais, culminando em desequilíbrios físicos, emocionais e psicológicos. Neste sentido, segundo aponta Selye (1976) o estresse diário serve como resposta do organismo sinalizando a perda de qualidade de vida ou adoecimento.

Nesse contexto, destaca-se uma intrigante falta de conhecimento sobre a massoterapia, tanto em relação à sua execução quanto aos benefícios que ela pode proporcionar. Este setor está em constante expansão, e as evidências científicas que apoiam a eficácia da massoterapia estão sendo cada vez mais reconhecidas. Atualmente, é possível encontrar uma variedade de artigos que validam suas aplicações como uma terapia integrativa, amplamente reconhecida por profissionais da saúde como uma ferramenta efetiva para o tratamento e alívio de diversas condições. A prática não apenas promove o relaxamento, mas também contribui para a recuperação de lesões, redução de estresse e melhoria do bem-estar geral.

A compreensão desta interação é fundamental para que o marketing e a publicidade sejam eficazes, permitindo que os profissionais desenvolvam estratégias que atenda, tanto aos desejos quanto às necessidades da população. Ao criar uma conexão mais profunda entre a prática da massoterapia e a sociedade, é possível aumentar a conscientização e a aceitação desses serviços. Como destaca Farias (2018, p. 42), “a massoterapia, quando inserida em contextos sociais e comunitários, amplia seu alcance e fortalece sua função como promotora de saúde, bem-estar e qualidade de vida”.

Dessa forma, a massoterapia aparece como uma ferramenta poderosa para o cuidado da saúde e o fortalecimento do bem-estar individual e coletivo. Através do aumento da conscientização e do acesso a essa prática, é possível não apenas aliviar as tensões e dores do corpo, mas também proporcionar um espaço de autoconhecimento e realização pessoal. A busca por um equilíbrio em meio às pressões sociais e à vida cotidiana é um desafio, mas com intervenções adequadas, como a massoterapia, a população pode encontrar caminhos para uma vida mais saudável e feliz. Portanto, é essencial fomentar o conhecimento e a prática

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

dessa modalidade terapêutica, promovendo não apenas um melhor entendimento de seus benefícios, mas também contribuindo para a sociedade que valoriza e investe em saúde e bem-estar.

2.1 A Importância do Marketing Educacional

No contexto de um projeto que busca ampliar o reconhecimento da massoterapia como prática de cuidado e promoção da saúde, o uso estratégico do marketing torna-se fundamental. Compreender as opiniões, percepções e atitudes da população em relação à massoterapia é o primeiro passo para desenvolver ações comunicativas que gerem identificação, empatia e valorização da prática. Como destaca Cláudio Torres (2012), “o sucesso de qualquer campanha de marketing depende da capacidade de entender profundamente o comportamento e as motivações do público-alvo”. No caso da massoterapia, isso implica desmistificar estigmas, esclarecer benefícios e posicionar a prática como uma aliada no bem-estar físico e emocional. A comunicação, nesse sentido, não deve apenas informar, mas também transformar visões enraizadas e promover o acesso consciente aos serviços.

De acordo com Maria Inês Marcondes (2015) complementa essa perspectiva ao enfatizar que o marketing deve ser guiado por princípios éticos e educativos, especialmente quando está associado a causas que envolvem saúde e qualidade de vida. Em um projeto que visa popularizar a massoterapia, é essencial que a divulgação respeite a diversidade cultural, os saberes populares e a trajetória histórica das práticas terapêuticas. O marketing, nesse caso, não se limita a atrair usuários, mas contribui para construir um discurso legítimo e inclusivo, que dialogue com diferentes comunidades e promova a valorização dos profissionais da área. Assim, o projeto se fortalece ao usar o marketing como ponte entre o conhecimento técnico e as realidades sociais, fomentando uma relação de confiança e reconhecimento mútuo.

2.1.1 Práticas e Parcerias com a Comunidade

A implementação de atendimentos diretos em parceria com instituições, como a Faculdade FATEC e a ONG Corrente do Bem, representa uma abordagem inovadora para trazer a massoterapia para o cotidiano das pessoas. Durante estas sessões, foram utilizadas diversas técnicas que não apenas promovem relaxamento, mas também fornecem aos participantes informações sobre a prática e seus benefícios. Essas oportunidades de vivência são fundamentais para a construção de um entendimento mais profundo, pois as experiências

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

diretas ajudam a quebrar as barreiras que muitas vezes cercam a massoterapia. Ao conhecerem e vivenciarem as práticas, os participantes não apenas se tornam mais informados, mas também mais propensos a buscar a ajuda de um massoterapeuta no futuro.

O "*boca a boca*" resultante dessas experiências se mostra como uma das melhores estratégias de marketing, pois aqueles que vivenciam os atendimentos tendem a compartilhar suas impressões e recomendações com amigos e familiares. Dessa forma, a prática da massoterapia se espalha de maneira orgânica e convincente, contribuindo para a aceitação e reconhecimento da terapia.

Além disso, o mercado de massoterapia está em crescimento, especialmente em grandes cidades, em que se tornam cada vez mais comuns clínicas, spas, shoppings e até mesmo aeroportos que oferecem serviços de massoterapia. Segundo Silva (2021, p. 45), “a busca por práticas integrativas e complementares, como a massoterapia, tem aumentado significativamente nos centros urbanos, impulsionada pelo estresse cotidiano e pela valorização do bem-estar”.

Sendo assim, profissionais experientes na área relataram que, embora no início seja difícil conquistar clientes, com o tempo muitos deles retornam e se tornam clientes fixos. Essa fidelização é frequentemente impulsionada pelo "*boca a boca*", embora alguns profissionais também utilizem estratégias de marketing digital para alcançar um público mais amplo. O importante é que ambas as abordagens se revelam eficazes, dependendo da situação e do público-alvo.

Além disso, as colaborações estabelecidas com instituições reconhecidas também contribuem para reforçar a credibilidade da massoterapia como uma prática séria e necessária dentro do contexto de saúde pública. Essas ações não merecem apenas destaque pelo seu impacto direto na comunidade, mas também pela geração de dados e relatos que poderão embasar futuras estratégias de marketing educacional.

2.1.2 Uso de Plataformas Digitais

Em um mundo cada vez mais conectado, a utilização de plataformas digitais para compartilhar conhecimento é uma estratégia indispensável. A criação de um perfil profissional no Instagram, por exemplo, possibilita a disseminação de conteúdos relevantes, da promoção de eventos e do compartilhamento de resultados obtidos durante as ações comunitárias. Este canal de comunicação deve ser utilizado não só para informar, mas como

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

uma forma de engajar e criar uma comunidade em torno da massoterapia.

É comum ver certo preconceito em relação a práticas menos conhecidas e, por isso, democratizar a informação sobre a massoterapia é um passo crucial. Postagens educativas, que apresentem estudos, depoimentos e resultados de atendimentos, podem mudar a percepção pública e incentivar a adoção da massoterapia como parte das rotinas de autocuidado. De acordo com Oliveira (2020, p. 88), “a divulgação de conteúdos informativos sobre terapias alternativas contribui para a quebra de estigmas e promove o acesso consciente a essas práticas de saúde”.

Ou seja, o cenário atual demanda uma reinvenção na maneira como a massoterapia é percebida e utilizada pela sociedade. O artigo "Educar para Conectar: Marketing no Setor da Massoterapia" propõe uma abordagem integrada que envolve educação, pesquisa e ação comunitária. Através de um trabalho colaborativo, espera-se não só conscientizar a população sobre os benefícios da massoterapia, mas também promovê-la como uma intervenção essencial no cuidado da saúde e do bem-estar.

Promover o conhecimento sobre massoterapia não é apenas uma questão de informar, mas sim de transformar a percepção e a aceitação dessa prática. O futuro dessa intervenção terapêutica depende do esforço conjunto de todos os envolvidos, visando garantir que a massoterapia seja reconhecida não apenas como uma atividade estética, mas como uma valiosa contribuição para a saúde pública.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste artigo seguiu três passos importantes para se chegar ao resultado sendo eles: atendimentos à comunidade, pesquisa online e ações de marketing educacional. Seguindo esta linha de raciocínio o objetivo foi divulgar a massoterapia como uma prática terapêutica eficiente, de fácil acesso a comunidade do qual possa fortalecer a atuação do massoterapeuta no mercado de trabalho.

Neste contexto, o primeiro passo a se realizar foi atendimentos gratuitos em instituições parceiras como a Faculdade FATEC de Presidente Prudente, a ONG Corrente do Bem e a Clínica Psiquiátrica Bezerra de Menezes. Os atendimentos foram executados pelos alunos da XVIII Turma do SENAC de Presidente Prudente, organizado em três frentes sendo: “Bem Estar em Ação” que ocorreu na ONG Corrente do Bem, “Cuidar de Quem Cuida” para os funcionários da Clínica Psiquiátrica e “Cuidar de Quem Ensina” executado nas

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

dependências da FATEC.

Durante esses atendimentos, foram oferecidas técnicas como quick massage, escaalda-pés, aromaterapia, cromoterapia, reflexologia podal e massagem manual. Todos os procedimentos seguiram protocolos de segurança e conforto. Além disso, foram fornecidas orientações sobre os benefícios da massoterapia, incentivando o autocuidado e o bem-estar.

Para o segundo passo, foi efetuado uma pesquisa online para compreender qual a opinião da comunidade sobre a massoterapia. Neste sentido houve a necessidade da criação de um questionário divulgado através das plataformas digitais. Através destas coletas de dados, foi possível analisar modelos de comportamentos de forma a ajustar as estratégias de divulgação de acordo com o perfil do público atingido.

Em um terceiro momento envolveu a divulgação dos atendimentos e informações sobre massoterapia nas redes sociais, especialmente no *Instagram*. Foram postados vídeos, fotos e conteúdos explicativos sobre as técnicas aplicadas. A intenção foi levar conhecimento à população de forma acessível, aproximando as pessoas da prática.

Desta forma, a metodologia aplicada consistiu em ações práticas, pesquisa e comunicação, formando um ciclo de informações, aprendizado e divulgação. Além de proporcionar maior visibilidade para a massoterapia associada a saúde e qualidade de vida, de forma a contribuir também para a valorização do profissional para sua entrada no mercado.

4 RESULTADOS

A percepção limitada da população sobre a massoterapia foi um dos principais resultados identificados pela pesquisa. Apesar dos comprovados benefícios da prática para a saúde física e emocional, muitas pessoas ainda a associam apenas a fins estéticos ou a momentos esporádicos de relaxamento. A aplicação de questionários *online* revelou um conhecimento superficial sobre a atuação do massoterapeuta e os efeitos terapêuticos das técnicas utilizadas. Essa lacuna reforça a necessidade de ações educativas voltadas à conscientização da população quanto à importância da massoterapia como intervenção complementar à saúde.

A experiência prática dos atendimentos comunitários contribuiu significativamente para a mudança de percepção por parte dos participantes. Os atendimentos realizados por alunos da Turma 18 do Senac, em parceria com instituições como a Fatec, a ONG Corrente do Bem e a Clínica Psiquiátrica Bezerra de Menezes, foram eficazes em proporcionar vivências

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

reais da massoterapia. Após receberem os cuidados, muitos participantes relataram melhora no bem-estar físico e emocional, além de maior interesse em buscar novamente os serviços de massoterapia, demonstrando o poder da experimentação como ferramenta educativa.

O marketing educacional se mostrou um recurso eficiente para a promoção da massoterapia, especialmente ao utilizar plataformas digitais. A criação de perfis profissionais nas redes sociais, como o *Instagram*, permitiu divulgar conteúdos informativos, depoimentos e imagens dos atendimentos. A combinação de linguagem acessível com recursos visuais atrativos ajudou a alcançar um público diversificado, promovendo o engajamento e o compartilhamento das informações. Isso reforça o papel do marketing digital como uma ponte entre o conhecimento técnico e a comunidade.

A atuação ética e inclusiva do marketing também foi destacada como essencial no processo de valorização da massoterapia. Conforme apontado no artigo, as campanhas devem respeitar as diferenças culturais e os saberes populares, adotando uma comunicação que dialogue com diferentes públicos e rompa estigmas. A construção de uma imagem positiva e legítima da massoterapia passa pela valorização dos profissionais da área e pela apresentação da prática como uma aliada na promoção da saúde integral, e não apenas como um serviço de luxo.

A análise estatística dos dados coletados nos formulários *online* permitiu identificar padrões relevantes sobre o nível de conhecimento e as atitudes do público em relação à massoterapia. Entre os resultados, constatou-se que uma parcela significativa da população desconhece as aplicações terapêuticas da prática, mas demonstrou abertura para aprender mais sobre o tema. Isso indica que há um público potencial a ser alcançado por campanhas de marketing educacional, desde que estas sejam bem direcionadas e fundamentadas em dados reais.

Por fim, o projeto evidenciou o impacto positivo da integração entre educação, prática comunitária e comunicação estratégica. Ao promover ações concretas e simultaneamente divulgar seus resultados de forma clara e acessível, a equipe envolvida conseguiu não apenas ampliar o alcance da massoterapia, mas também fortalecer o papel do massoterapeuta como agente de saúde. O estudo conclui que, com planejamento, ética e compromisso social, o marketing pode deixar de ser apenas uma ferramenta de venda para se tornar um instrumento de transformação social, especialmente em áreas ligadas ao bem-estar e à qualidade de vida.

5 CONCLUSÃO

Os resultados deste projeto evidenciam que a massoterapia ainda é uma prática pouco compreendida por grande parte da população, muitas vezes reduzida a uma função estética ou de relaxamento pontual. No entanto, por meio de ações educativas e atendimentos comunitários, foi possível ampliar o conhecimento do público sobre seus reais benefícios, como a promoção da saúde física, emocional e mental. A vivência direta com a prática mostrou-se um elemento transformador, capaz de gerar interesse genuíno e mudar percepções equivocadas.

Além disso, o uso do marketing educacional se destacou como uma ferramenta eficaz para aproximar a massoterapia da comunidade. Por meio de estratégias de comunicação digital, como a criação de conteúdo informativo em redes sociais, foi possível engajar diferentes públicos e promover uma cultura de autocuidado acessível e inclusiva. As parcerias com instituições locais também fortaleceram a credibilidade do projeto, proporcionando um ambiente favorável à experimentação e ao aprendizado.

Portanto, a integração entre massoterapia, educação e marketing ético é um caminho promissor para a valorização dessa prática terapêutica. Ao combinar informação, experiência e engajamento social, é possível transformar a percepção da sociedade, promovendo o reconhecimento da massoterapia como uma aliada essencial à saúde pública e ao bem-estar coletivo. Projetos como este não apenas informam, mas inspiram mudanças duradouras na forma como as pessoas cuidam de si mesmas.

REFERÊNCIAS

FARIAS, Carla Regina de. **Massoterapia: uma abordagem integrativa do cuidado**. São Paulo: Vozes, 2018.

FRANCO, Maria das Graças Rua. **Marketing Educacional: uma abordagem ética e relacional**. *Revista Educação e Sociedade*, Campinas, v. 29, n. 104, p. 923-938, out. 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

KOTLER, Philip; FOX, Karen. **Marketing Estratégico para Instituições Educacionais**. São Paulo: Atlas, 1994.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 315 p.

MARCONDES, Maria Inês. **Marketing Educacional: comunicação, ética e**

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

responsabilidade social. In: OLIVEIRA, Romualdo Portela de; DIAS DA SILVA, Maria Rita de Assis (Orgs.). *Marketing educacional: interfaces com a gestão e a comunicação*. Campinas: Papirus, 2015. p. 75–92.

OLIVEIRA, Mariana. **Práticas integrativas na saúde moderna: desafios e perspectivas**. Rio de Janeiro: Editora Saúde e Saber, 2020.

SELYE, Hans. **O estresse da vida**. 2. ed. São Paulo: IBRASA, 1976.

SILVA, João Carlos. **Terapias integrativas e o mercado da saúde**. São Paulo: Editora Vida Plena, 2021.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar**. São Paulo: Novatec, 2012.

ZUIN, Antônio Álvaro Soares. **Marketing educacional e a cultura do consumo na escola**. Cadernos CEDES, Campinas, v. 24, n. 63, p. 79-92, abr. 2004.