Política de Marketing Consciente Matueté

Versão	1.0 – Setembro/2026
Aprovação	Diretoria da Matueté
Área responsável	Marketing
Vigência	A partir da data de divulgação

Na Matueté, acreditamos que o marketing é uma extensão direta de nossos valores. Mais do que promover destinos, criamos narrativas que respeitam lugares, pessoas, culturas e tempos — e que refletem, com honestidade e sensibilidade, a forma como escolhemos operar.

Esta Política de Marketing Consciente orienta como comunicamos nossas experiências, parceiros e territórios, garantindo coerência entre discurso e prática, e reforçando nosso compromisso com um turismo mais responsável, humano e duradouro.

Esta política se aplica a todos os colaboradores, parceiros, fornecedores, agências e demais partes envolvidas nas atividades de marketing, comunicação e relações públicas da Matueté.

1. Princípios que orientam nossa comunicação

O marketing da Matueté é guiado por cinco princípios fundamentais:

Verdade
Comunicamos apenas aquilo que conhecemos profundamente e podemos sustentar na prática. Evitamos exageros, generalizações ou promessas que não reflitam a realidade das experiências oferecidas. Comprometemo-nos a fornecer informações precisas, completas e contextualizadas, evitando a criação de expectativas irreais — especialmente em relação a condições físicas, climáticas, sanitárias e operacionais dos destinos.

Respeito
Tratamos destinos, comunidades, culturas e ecossistemas com dignidade. Nossa comunicação nunca explora vulnerabilidades nem reduz pessoas ou territórios a estereótipos.

Curadoria consciente
Cada narrativa nasce da observação atenta, do tempo vivido nos lugares e da escuta de parceiros locais. Não seguimos tendências passageiras; valorizamos histórias autênticas e relações de longo prazo.

Transparência
Falamos com clareza sobre o que fazemos, como fazemos e quais são nossos limites. Utilizamos fontes confiáveis, dados verificáveis e referências reconhecidas para embasar nossas comunicações.

Sutileza
Acreditamos que o verdadeiro luxo está na discrição. Nossa comunicação evita excessos visuais, discursos agressivos ou linguagem sensacionalista.

2. Compromisso com narrativas verdadeiras e transparência

A Matueté não utiliza termos genéricos ou vazios como “sustentável”, “eco” ou “regenerativo” sem contexto claro.
Sempre que abordamos temas ligados a impacto ambiental, social ou cultural:

- explicamos como esse impacto acontece;
- comunicamos não apenas resultados positivos, mas também desafios, limites e aprendizados;
- reconhecemos que processos são contínuos e imperfeitos;
- evitamos transformar causas em slogans.

Adotamos práticas de marketing responsável que evitam distorções, simplificações excessivas ou idealizações irreais sobre destinos e experiências.

Não praticamos greenwashing, impact washing ou qualquer forma de apropriação superficial de pautas socioambientais.

3. Representação de pessoas, culturas e territórios

Nossa comunicação busca representar o Brasil e seus destinos com profundidade, diversidade e respeito.
Comprometemo-nos a:

- retratar pessoas e comunidades de forma digna, evitando exotização ou romantização da pobreza;
- considerar diferentes perfis de viajantes, promovendo inclusão, acessibilidade e respeito a diversas necessidades (como pessoas idosas, viajantes solo ou com necessidades específicas);
- obter consentimento adequado para uso de imagens, histórias e dados pessoais;
- respeitar a privacidade e o direito de imagem de todas as pessoas envolvidas;
- creditar corretamente fotógrafos, guias, parceiros e projetos locais;
- evitar imagens ou narrativas que reforcem estereótipos culturais ou sociais.

As comunidades e os territórios não são pano de fundo — são protagonistas.

4. Comunicação responsável de destinos e experiências

Sabemos que a forma como promovemos um destino influencia diretamente sua dinâmica.
Por isso:

- evitamos estimular o turismo predatório ou a superexposição de lugares sensíveis;
- respeitamos sazonalidades, limites locais e contextos culturais;
- comunicamos experiências com responsabilidade, orientando expectativas e comportamentos do viajante;
- apresentamos informações relevantes sobre condições locais (clima, acesso, infraestrutura, riscos e limitações), contribuindo para escolhas mais conscientes;
- consideramos a adequação das experiências a diferentes perfis de viajantes, promovendo segurança, bem-estar e alinhamento de expectativas.

Promover, para nós, também é saber quando não incentivar.

5. Responsabilidade nos meios, formatos e proteção de dados

Buscamos reduzir o impacto ambiental do próprio marketing:

- priorizando materiais digitais;
- evitando impressos e brindes desnecessários;
- adotando escolhas conscientes em eventos, produções audiovisuais e ativações.

Também asseguramos a proteção e o tratamento responsável de dados:

- cumprindo a legislação aplicável de proteção de dados pessoais;
- garantindo a privacidade de clientes, parceiros e demais públicos;
- utilizando dados de forma ética, transparente e segura.

6. Governança, implementação e evolução contínua

Nossa Política de Marketing Consciente é um documento vivo.
Ela orienta:

- o trabalho do time interno;
- nossos parceiros de comunicação;
- todas as ações de marketing, branding e relações públicas.

Comprometemo-nos a:

- disseminar esta política entre colaboradores e parceiros;
- incorporá-la em processos de onboarding, códigos internos (como marketing code) e diretrizes de sustentabilidade;
- disponibilizar canais de integridade para reporte de eventuais desvios;
- revisar periodicamente nossos processos, aprendendo com erros e evoluindo continuamente.

7. Nosso compromisso

Na Matueté, acreditamos que comunicar bem é comunicar com responsabilidade.
Nossa voz é calma, precisa e respeitosa.
Nossa ambição não é volume, mas relevância.
Nossa escolha é por histórias que permanecem — não por mensagens que apenas circulam.

8. Referências

Utilizamos como referência os princípios da publicação Purpose-Driven Marketing da Onu , do guia Communicating with Visitors da Unesco e do Playbook on Promoting Diversity and Inclusion in Advertising da Unicef.