**Investigador Responsável:**
Sara Santos
**Duração:** 2022 – 2024

**Membros da equipa do CISeD**
Luísa Augusto

Atualmente, cada vez mais são as cidades e regiões que se diferenciam através da criação de uma identidade e imagem positiva, desenvolvendo o branding territorial. O uso do storytelling pode ser também uma mais-valia quando utilizado para a promoção de destinos turísticos. É fundamental que as entidades que gerem a imagem turística das regiões portuguesas repensem as suas estratégias de divulgação e privilegiem o "contar histórias", as emoções e o envolvimento com o público na construção da imagem dos territórios. O marketing territorial, e em especial a aposta em vídeos de promoção turística, permite demonstrar as características únicas do território e a sua diferenciação face aos demais. Através da história contada sobre a região, o público identifica-se com as personagens e é "transportado" pela narrativa.

Em Portugal, a região Centro tem-se destacado pelos filmes promocionais (com técnicas de storytelling) que utiliza para promover o Centro do país. Nos últimos anos, o Turismo do Centro venceu dezenas de prémios internacionais ligados à promoção turística. Por seu lado, a Associação de Desenvolvimento Turístico "Aldeias Históricas de Portugal" venceu também o prémio mundial de melhor filme de turismo do mundo, em 2021.

Considerando este reconhecimento mundial, o presente projeto contará com a parceria do Turismo do Centro e d'Aldeias Históricas de Portugal, enquanto exemplos de boas práticas na divulgação turística de regiões através do storytelling em vídeos promocionais.

O STORYtur tem como objetivo principal compreender as estratégias de divulgação turística de regiões portuguesas, em especial da região Centro.

O projeto compreende o desenvolvimento de estudos através da realização de entrevistas (aos representantes do Turismo do Centro e Aldeias Históricas de Portugal) e aplicação de questionários ao público.