



Augusto, L., Santos, S., Espírito Santo, P. (2021). Fatores influenciadores da credibilidade dos anúncios turísticos partilhados no Youtube. Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao, (E46), 478-492. Retrieved from <https://www.proquest.com/openview/5896f6d6282008863cb79b0b4c2d261e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>