



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=gsc-holar&cbl=1006393>