Campos, C. (2020, 5 de abril). La comparecencia de Sánchez: compendio de los 13 fallos de comunicación que lastran al Gobierno. *El Español*. Recuperado de <https://www.elespanol.com/espana/politica/20200405/comparecencia-pedro-sanchez-compendio-comunicacion-lastran-gobierno/479952760_0.html>

Cierva, Y. D. L. (2015). Comunicar en aguas turbulentas: un enfoque ético para la comunicación de crisis. *Comunicar en aguas turbulentas*, 1-372.

Crespo, I., Garrido, A. y Medina, R.M. (2017). La comunicación de crisis en la administración pública española: análisis de evidencia empírica. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, (18), 110-134.

D'Adamo, O. y Beaudox, V.G. (2016). Comunicación Política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión. *Comunicación y hombre*, (12), 23-39.

De las Heras, P. (2016, 28 de octubre). Sánchez deja el escaño y pide poner fecha al Congreso socialista. *El Diario Vasco*. Recuperado de <https://www.diariovasco.com/politica/201610/28/pedro-sanchez-comparecera-manana-20161028214930-rc.html>

Denning, S. (2006). Effective storytelling: strategic business narrative techniques. Strategy & Leadership.

Díez, A. (2016, 30 de octubre). Pedro Sánchez deja el escaño y lanza su candidatura a la secretaría general. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/politica/2016/10/29/actualidad/1477735635_217414.html>

Ganz, M. (2009). Organizing Obama: Campaña, Organización, Movimiento. En las Actas de la American Sociological Association Annual Meeting San Francisco, CA, 8-11 de agosto de 2009. Recuperado de [http://nrs.harvard.edu/urn-3:HUL.InstRepos:27306258](http://nrs.harvard.edu/urn-3%3AHUL.InstRepos%3A27306258)

García, J.S. (2010). El Marketing y su origen a la orientación social: desde la perspectiva económica a la social. Los aspectos de organización y comunicación. *Em Questão*, *16*(1), 61-77. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4656/465645962005.pdf>

Harris, G. (2007, 10 de junio). La Casa Blanca acusada de poner la política sobre la ciencia. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2007/07/10/washington/11cnd-surgeon.html>

Herrero, E. y Almendral, G. (2019). Ante la desinformación, mayor especialización. *Revista Española de Comunicación en Salud.* Recuperado de <https://doi.org/10.20318/recs.2019.4591>

Llamas, M. (2020, 26 de marzo). La tragedia que oculta el Gobierno: tres datos alarmantes sobre el impacto del coronavirus en España. *Libertad Digital*. Recuperado de <https://www.libertaddigital.com/espana/2020-03-26/tragedia-datos-alarmantes-contagiados-fallecidos-muertos-coronavirus-1276654663/>

Marraco, M. (2020, 13 de mayo). La guerra de Sánchez en 70.000 palabras. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/espana/2020/05/12/5eb94f14fdddff7b9e8b45ed.html>

Morató, J. D. (2011). La comunicación política en la sociedad del marketing y de internet. *Encuadres, relatos y juegos de lenguaje. Madrid: Editorial Tecnos.-(2015) La campaña del D*, *20*.

Ruiz M.A., y Sanz S. (2020, 25 de abril). Pedro Sánchez plagia al filósofo israelí Yuval Harari en su último discurso de ‘Aló, presidente’. *OK Diario*. Recuperado de <https://okdiario.com/espana/pedro-sanchez-plagia-filosofo-israeli-yuval-harari-ultimo-discurso-alo-presidente-5515249>

Salmon, C. y Roig, M. (2016). Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Península.

Sandman, P.M. y Lanard, J. (2005). La gripe aviar: cómo comunicar el riesgo. *Perspectivas de Salud [periódico na Internet]*, *10*(2). Recuperado de <http://65.182.2.246/docum/crid/Aviar/pdf/esp/doc16266/doc16266-contenido.pdf>

Seeger, M.W. (2006). Mejores prácticas en comunicación de crisis: un proceso de panel de expertos. *Revista de Investigación de Comunicación Aplicada*, *34* (3), 232-244. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/00909880600769944>

Wainwright, C. (2017). The history of marketing: An exhaustive timeline. *Acesso em*, *12*. Recuperado de <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/31278/The-History-of-Marketing-An-Exhaustive-Timeline-INFOGRAPHIC.aspx>

Westen, D. (2011). ¿Qué le pasó a Obama? Un artículo de opinión. *Political Science Quarterly*, *126* (3), 493-499.