

## Referencias

1. Abejón-Mendoza, P., Sastre-Asensio, A., y Linares-Rodríguez, V. (2012). *Facebook y Twitter en campañas electorales en España. Anuario electrónico de estudios en comunicación social "Disertaciones"*, 5(1): 129–159.
2. Alonso-Muñoz, L., Marcos-García, S., y Casero-Ripollés, A. (2016). Political leaders in (inter)action. Twitter as a strategic communication tool in electoral campaigns. *Trípodos*, 39: 71–90.

3. Cammaerts, B. (2012). Protest Logics and the Mediation Opportunity Structure. *European Journal of Communication*, 27(2): 117–134. doi:10.1177/0267323112441007.
4. Casero-Ripollés, A., Feenstra, R. A., y Tormey, S. (2016). Old and New Media Logics in an Electoral Campaign The Case of Podemos and the Two-Way Street Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3): 378–397. doi: 10.1177/1940161216645340.
5. Cea, M. A. (2001). Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social. Madrid: Síntesis.
6. Cheong, P. H., y Lundry, C. (2012). Prosumption, Transmediation, and Resistance: Terrorism and Man-Hunting in Southeast Asia. *American Behavioral Scientist*, 56(4): 488–510. doi: 10.1177/0002764211429365.
7. Ellakuría, I., y De Paco, J. M. (2015). Alternativa naranja. Ciudadanos a la conquista de España. Barcelona: Editorial Debate.
8. García, C., y Zugasti, R. (2014). La campaña virtual en twitter: análisis de las cuentas de Rajoy y de Rubalcaba en las elecciones generales de 2011. *Historia y Comunicación Social*, 19(especial febrero): 299–311. doi:10.5209/rev\_HICS.2014.v19.45029.
9. García, C., y Zugasti, R. (2016). Los temas de campaña en Twitter: caso de los candidatos a la presidencia de Aragón en 2015. *Revista F@ro*, 23(1): 181–194.
10. Jivkova-Semova, D., Requeijo-Rey, P., y Padilla-Castillo, G. (2017). Usos y tendencias de *Twi er* en la campaña a elecciones generales españolas del 20D de 2015: *hashtags* que fueron *rending topic*. *El profesional de la información*, 26(5): 824–837.
11. Lafuente, P., y Verón, J. J. (2013). El uso de Twitter por los líderes de las organizaciones políticas minoritarias en la campaña electoral de las generales de 2011. En: Crespo, I. (dir). Partidos, medios y electores en procesos de cambio. Valencia: Tirant: 541–562.
12. Lilleker, D. G., y Jackson, N. A. (2010). Towards a more participatory style of election campaigning: The impact of web 2.0 on the UK 2010 general election. *Policy & internet*, 2(3): 67–96. doi: 10.2202/1944-2866.1064.
13. López-García, G. (2016). ‘Nuevos’ y ‘viejos’ liderazgos: la campaña de las elecciones generales españolas de 2015 en Twitter. *Comunicación y Sociedad*, 29(3): 149–167.
14. Pallarés, S., y García, C. (2017). Análisis comparativo del discurso de Mariano Rajoy en Twitter durante las dos campañas electorales de 2015: las autonómicas del 24M y las generales del 20D. *Revista Dígitos*, 3(1): 119–136.
15. Rodríguez, R., y Ureña, D. (2012). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación y Pluralismo*, 5: 89–116.
16. Santín, M., y Álvarez-Monzoncillo, J. M. (2017). El protagonismo de las redes sociales en la dieta informativa de los millenials. En Álvarez-Monzoncillo, J. M., y De Haro-Rodríguez, G. (Coords.). Millenials. La generación emprendedora. Madrid: Fundación Telefónica y Ariel: 79–108.
17. Zamora, R., y Zurutuza, C. (2014). Campaigning on Twitter: Towards the ‘personal style’ campaign to activate the political engagement during the 2011 Spanish general elections. *Communication & Society*, 27(1): 83–106.

18. Zamora-Medina, R., Sánchez-Cobarro, P. H., y Martínez-Martínez, H. (2017). The importance of the “strategic game” to frame the political discourse in Twitter during 2015 Spanish Regional Elections. *Communication & Society*, 30(3): 229–253. doi: 10.15581/003.30.3.229-253.
19. Zugasti, R., y Sabés, F. (2015). Los issues de los candidatos en Twitter durante la campaña de las elecciones generales de 2011. *ZER*, 20(38): 161–178.
20. Zugasti, R., y Pérez, J. (2016). Los temas de campaña en Twitter de @PPopular y @ahorapodemos para las elecciones europeas de 2014. *adComunica*, 12: 205–223. doi:10.6035/2174-0992.2016.12.12
21. Zugasti, R., y García, C. (2018). Los temas de los líderes políticos españoles en Twitter. Análisis de las dos campañas electorales de 2015. *Icono 14*, 16(1): 136–159. doi: 10.7195/ri14.v16i1.1137.