

Bibliografía

- Alfie, David, (1982). **El Comic es algo serio.** México D.f. : Ed. Eufesa.
- Acevedo, Esther (2000), **La caricatura política en México en el siglo XIX.** México D.F.: CONACULTA.
- Antonino, José, (1990), **El Dibujo de Humor.** España: CEAC,S.A, España.
- Aurrecochea, Juan Manuel, (1934), **La historia de la historieta en México 1874.** México: Grijalbo.
- Brown Gillian y George Yule, (1993), **Análisis del discurso.** Madrid: Visor.
- Enck, John J. (1960). **The comic in theory & practice.** New York: Appleton-Century- Croffts.
- Columba, Ramón. (1959). **Qué es la caricatura.** Argentina: Columba.
- Coello Pablos, José Manuel. “Nuevas tendencias de la mercadotecnia política”. *Revista Mexicana de comunicación.* Vol. 17. Infoestratégica Latina S.A. de C.V, México D.f., Diciembre 2004 – Enero 2005. p. 24 – 25.
- Carmen Lira en La sociedad en el espejo de las princesas (fuente: ¿Quiénes somos?, Revisado en Enero 2006. Disponible en: www.jornada.unam.mx).
- Comunicado un. 107106 (fuente: Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática.Revisado en Febrero de 2006. Disponible en: <http://www.inegi.gob.mx/INEGI/contenidos/español/prensa/Boletines/Boletín/Comunicados/Especiales/2006/Mayo/comunica24.pdf>.)
- Cabildo Miguel (1986): Vazquez Raña maneja los intereses de Echeverría en Proceso. México DF No.486
- Datos sobre el proceso electoral, (Fuente: Intituto Federal Electoral Consultado el 15 de enero de 2006. disponible en: www.ife.org.mx).
- Durán, Milagros. (1990), **La caricatura en la prensa nacional.** Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social.

De Toro, Miguel y Ramón García-Pelayo. (1967). **Pequeño Larousse Ilustrado**. Francia: Larousse.

Documentos de Clasificaciones de la caricatura, (Fuente: Revista Latina de Comunicación Social. Consultado el 29 de enero de 2006 Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina>).

Félix Benassini, Claudia. “Nuevas tendencias de la mercadotecnia política”. *Revista Mexicana de comunicación*. Vol. 90. Infoestratégica Latina S.A. de C.V, México D.f., Diciembre 2004 – Enero 2005. p. 43 – 45.

Gäde, Reinhard. (2002). **Diseño de periódicos y Sistema y método**. Barcelona: Gustavo Gill, S.A,

Galindo, Luis Jesús. (1986). **Análisis del discurso del estado mexicano**. México D.F: México.

Gimate-Welsh, Adrian S.(1992). **Análisis retorico del discurso político**. Puebla: Colegio de Puebla.

González, César. (1986). **Imagen y sentido**. México: UNAM.

Gonzalez Ramirez, Manuel. (1995). **La caricatura política**. México: FCE.

González Ruiz, Edgar (2001). La última cruzada. De los cristeros a Fox, Ed. Grijalbo, México.

Gubern, Roman. (1972). **El lenguaje de los comic**. Barcelona: Península.

Hernández Ramírez, María Elena. “Mirada sociológica al periodismo Mexicano”. *Revista Mexicana de comunicación*. Vol. 89. México: Infoestratégica Latina S.A. de C.V, México D.f., Octubre – Noviembre 2004. p. 31 – 37.

Hernández Jiménez, Juan Ulises. “La democracia en los Medios de Comunicación”. *Razón y palabra* .No. 21. ITESM. Campus estado de México.

Honoré Daumier. (2000). **La caricatura política del siglo XIX, instituto nacional de bellas artes**. México: México.

Islas, Octavio. “La sucesión presidencial es el mensaje”. *Revista Mexicana de comunicación*. Vol. 89. Infoestratégica Latina S.A. de C.V., México D.f, Octubre – Noviembre 2004. p. 38 – 41.

La jornada: fox: cambio y compromisos, (Fuente: Página editorial de La Jornada, Consultado: diciembre 2005. Disponible en:http://amolt.interfree.it/Messico/spagnolo_storial4.htm)

Morin V. (1973). **"El dibujo humorístico", en Análisis de las imágenes.** Buenos Aires: Nuestro Tiempo.

Murat, José. (2001). **El desafío de la transición, la renovación del sistema político mexicano.** México: Adriano editores.

Portillo Francisco. (1990). **La caricatura política.** Tesis de licenciatura. México: UNAM.

Popocatépetl Castillo. Memoria del Proceso Electoral Ordinario del Estado de Puebla 2001 y del proceso electoral extraordinario en el municipio de Molcaxac 2002. (Fuente: Instituto Electoral del estado de Puebla. Consultado en diciembre 2005. Disponible en: http://www.ieepuebla.org.mx/images/content/arc_Memoria%20Definitiva.pdf)

Pruneda, Salvador. (1958). **La caricatura como arma política.** México D.F.: Ed. Talleres Gráficos de la Nación.

Revista Sala de Prensa (fuente: Revista Sala de Prensa consultado el 12 de febrero de 2006. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art250.htm>)

Ross Thomson y Hill Hewison. (1885). **El dibujo humorístico: cómo hacerlo y cómo venderlo.** Todas las técnicas profesionales de la historieta, la caricatura y el chiste, Londres: Publishing

Zepeda, Valdés, Andrés. "Nuevas tendencias de la mercadotecnia política". *Revista Mexicana de comunicación*. Vol. 89. Año XVII. Infoestratégica Latina S.A. de C.V, México D.f., Octubre – Noviembre 2004. p. 42- 48.

Zepeda Valdéz, Andrés. "Nuevas tendencias de la mercadotecnia política". *Revista Mexicana de comunicación*. Vol. 90. Infoestratégica Latina S.A. de C.V, México D.f., Diciembre 2004 – Enero 2005. p. 48 – 51.

