



Paco Baca

La distopía americana: Trumplandia/Barbilandia

The American Dystopia: Trumpland/Barbieland

Araceli Barbosa Sánchez

Síntesis curricular

Profesora investigadora de la Facultad de Diseño de Universidad Autónoma del Estado de Morelos, miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I. Líneas de investigación Arte y Género, Arte Ambiental, Género y Ambiente. Autora de libros y artículos editados por editoriales de prestigio a nivel nacional e internacional.

Resumen

Trumplandia/Barbilandia plantea la distopía americana que el republicano Donald Trump promovió en sus discursos de campaña durante las elecciones para conquistar la presidencia de los Estados Unidos de América en 2016. En oposición a la utopía, que imagina la convivencia social armónica como ideal de la humanidad, la ideología “trumpiana” (mezcla de ultranacionalismo, populismo, conservadurismo, fascismo, sexismo y misoginia) postula la supremacía racial de la nación norteamericana, así como la superioridad del poder alfa. De este modo el distópico, supremacista, despótico, “twitocrático” gobierno que ejerce el ahora presidente, amenaza con socavar la democracia que su país reconoce como valor civilizatorio, a la vez que hace peligrar al planeta con su capacidad de destrucción nuclear.

Recibido: 4-jun.-2017
Aprobado: 21-sept.-2017

Palabras clave: “Trumpismo”, distopía, género, supremacismo, populismo.

Abstract

Trumpland/Barbieland raises the American dystopia that Republican Donald Trump promoted in his campaign speeches leading up to his US presidential election won in 2016. In opposition to the utopia that imagines harmonious social coexistence as an ideal of the human race, the “Trumpian” ideology of ultranationalism, populism, conservatism, fascism, sexism, misogyny, and so on, proposes the racial supremacy of the American nation, as well as the superiority of alpha power. In this way, the dystopian, supremacist, despotic, “twittocratic” government led by the now president threatens to undermine the democracy that his country recognizes as a civilizing value, while at the same time jeopardizing the planet with its capacity for nuclear destruction.

Key words: “Trumpism”, dystopia, gender, supremacism, populism.



Introducción

El deseo y la aspiración que impulsan a imaginar la relación armónica entre los seres humanos inspiró a Tomás Moro para narrar su *Utopía*, nombre que describe la sociedad ideal de una isla imaginaria.

A diferencia de la utopía y los valores positivos que invoca, las cacotopías, distopías, antiutopías o utopías negativas devienen su antítesis, representan el lado oscuro de la humanidad, ya que esgrimen ideologías fascistas, dictatoriales, xenóforas, discriminatorias, entre otras, que legitiman el autoritarismo, control, represión, violencia, desigualdad social y de género, anulación de derechos humanos, por citar algunas aberraciones. En este sentido, la existencia de múltiples interpretaciones de la realidad ha dado lugar a la concepción de indeseables regímenes sociales que se oponen a los ideales que postula la utopía.

La atractiva imagen de la América feliz que Donald Trump vendió al electorado estadounidense durante su campaña electoral parte de su ideología fascista que esgrime la superioridad de la raza blanca como baluarte del imperialismo norteamericano. Exalta y emula los regímenes ultranacionalistas, populistas, xenóforos, misóginos y lo que implican: odio, exclusión, miedo, resentimiento y toda animadversión a la alteridad, a la ineludible diferencia, a la diversidad, concepción que

anunciaba el advenimiento de la distopía “trumpiana” como el anhelo por alcanzar de la sociedad norteamericana que votó por él.

Trumplandia/Barbilandia

Durante la contienda electoral Trump promovió el lema de *Make America Great Again*, para recuperar lo que desde su discurso político significaba la hegemonía perdida de la nación norteamericana. Su lógica se finca en que todo pasado fue mejor. Por ello hay que devolverle al país el esplendor que vivió en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial con la intensa industrialización, con una economía boyante que reflejaba las bondades del progreso comandado por la modernidad que dio como resultado el *American Way of Life*, concomitante al irracional consumismo de todo tipo de productos para satisfacer los más demandantes deseos. Se trata de un estilo de vida cuyas formas de producción constituyen el *modus operandi* del depredador sistema capitalista que se sustenta en la exacerbada explotación de ingentes cantidades de recursos tanto naturales como humanos, a partir de la dominación económica de otros pueblos a los que subyuga y despoja; pueblos colonizados por el imaginario global que proclama el sistema de valores del imperialismo norteamericano mediante los medios masivos de comunicación.

En sus arengas de campaña manifestó una obsesiva nostalgia por el glo-

rioso pasado del imperio, lo que incitó al electorado a recobrarlo. En su discurso de toma de posesión como presidente, expresó una retórica ultranacionalista y populista que describía un escenario desalentador y decadente de un país humillado por otras naciones que necesitaba la salvación. Aludió a las: “madres e hijos atrapados en la pobreza de nuestras ciudades, fábricas oxidadas dispersas como lápidas por todo el territorio nacional (...)” (Mazzei y Smiley, 2017). Además prometió proteger a los estadounidenses a los que proclamó como “el pueblo de Dios”. Afirmó que detendría el camino cuesta abajo de la nación. Concluyó sentenciando con estas palabras: “Desde hoy Estados Unidos va primero” (Mazzei y Smiley, 2017). Se presentó como salvador mesiánico.

La cacotopía que cristaliza en Trumplandia/Barbilandia, asume la ideología y valores del patriarcado como los pilares de la sociedad, visión que naturaliza la inferioridad de las mujeres y degrada la identidad femenina; es decir, legitima la subordinación de las féminas por los varones.

En esta perspectiva, el fenómeno cultural que representa la muñeca Barbie, producida por Mattel, ejemplifica los valores de género que la sociedad estadounidense aprecia, asume y practica. Desde su lanzamiento en el mercado a principios de la década de los sesenta del siglo XX, resultó todo un éxito de ventas. La muñequita de plástico simboliza el modelo aspiracional de feminidad que

las niñas desean emular. Constituye un estereotipo, un constructo de la cultura occidental dominante, cuyas características de género, fenotípicas, raciales, sociales, estéticas o de orientación sexual connotan la alienación de la identidad femenina. Para la antropóloga feminista Marta Lamas (2010), la americanización del mundo conlleva la imposición de sus valores de género, sus criterios estéticos, heteronormativos, racistas, sexistas y clasistas, auspiciados por la muñeca en calidad de icono representativo de la sociedad estadounidense. Este modelo hegemónico de feminidad atenta contra la salud física y mental que lleva a las mujeres que la emulan a sentir insatisfacción con su propio cuerpo.

En este contexto, el estereotipo de Barbie encaja a la perfección en la distópica sociedad trumpiana que ve y trata a las mujeres como objetos decorativos, subordinadas a las leyes y roles que impone la masculinidad dominante.

Los efectos negativos que produce la alienación de la subjetividad femenina por parte de la cultura de género hegemónica se pueden evaluar en razón de aquellas féminas que se identifican con el estereotipo de Barbie, o bien de las mujeres cuya mentalidad las hace rechazar a las que se empoderan y transgreden los imperativos de género del patriarcado. Quizás en esta lógica se pueda explicar entre múltiples factores por qué muchas de ellas eligieron como presidente de la nación norteamericana al machista y misógino Donald Trump,



Marzio Mariani

en lugar de Hillary Clinton, una de sus congéneres para representarlas en uno de los cargos más altos de la nación.

Mattel y el *femvertising*

Con motivo de las elecciones, Mattel lanzó su nuevo modelo, el dúo con la versión de Barbie presidenta y vicepresidenta. La primera es rubia y la segunda, afroamericana. También existe la versión con los roles a la inversa. La compañía juguetera argumentó que su intención era “alentar a las niñas a que



Archivo CCH

se conviertan en líderes”. “Mientras que sólo 39% de las niñas dicen que quieren ser líderes, las Barbies presidenta y vicepresidenta pretenden inspirar a las niñas para que persigan sus sueños [...]” (“Mattel presenta”, 2016). El *hashtag* de la marca es #YouCanBeAnything (Puedes ser lo que quieras), para animar a las mujeres a entrar en política.

En un movimiento de marketing la juguetera ha recurrido al *femvertising*, publicidad con apariencia de activismo de género (López, 2016), que se apropia de los valores del feminismo. Es una estrategia de camuflaje y simulación para asimilar la imagen de la muñeca con la de una mujer empoderada, autónoma, liberal, inteligente, emancipada, exitosa, al investirla con los valores de la modernidad que cada vez más la identifican con el ideario feminista.

Barbie simula, finge tener lo que

no tiene. El *femvertising* hace todo lo posible por dotarla de lo que carece. El propósito es reinventarle una identidad con tintes progresistas. De ahí que Mattel despliegue la publicidad del simulacro. El objetivo consiste en hacerla pasar por una mujer con conciencia feminista. Pero no se engañe nadie, ella y el feminismo resultan antitéticos, simplemente porque *Barbie* es el producto de una sociedad sexista. Y es sexista; no puede librarse de su imagen de fémina alienada. No se le puede transformar súbitamente sin evitar disociarla del imaginario social que a través de los años Mattel le ha construido. Barbie es expresión del arte de la simulación, representa un personaje ficcional. El juguete deviene oxímoron, híbrido, combinación de mujer exitosa, independiente, moderna, pero al mismo tiempo glamurosamente alienada por los valores y cánones de feminidad que impone la sociedad patriarcal.

La realidad demuestra que el rol de Barbie se contrapone por su naturaleza intrínseca con el de las mujeres que buscan realizarse a través de sus capacidades intelectuales. Las Barbies solamente desean ser reconocidas en función de su papel de féminas seductoras, de hembras apetecibles a los imperativos de la subjetividad masculina. Están convencidas y dispuestas a someterse a la autoridad y sujeción patriarcales, de ahí que se opongán a todo y a todas aquellas que desafíen y subviertan el *statu quo* de los roles de género de la cultura hegemónica. Resulta obvio atestiguar que la

sociedad que vio nacer a Barbie y que ha exaltado, impulsado, fomentado el estereotipo de feminidad que ella representa, con su concomitante estereotipo de masculinidad, autoritario, dominador, opresor agresivo, acepte y valide el fenómeno Trump.

Misoginia trumpiana/alienación barbiana

La elección de Trump sintetiza un hecho cultural que resulta sumamente esclarecedor de lo que significan los retrógrados valores de la cultura falocéntrica y machista en el poder. Durante la campaña electoral, el aspirante hizo gala de su ideología sexista, misma que recibió el reconocimiento de los votantes que le dieron su apoyo. Ésta es solamente una de sus opiniones sobre las mujeres:

Darle a tu mujer objetos de valor es un terrible error. Las mujeres son, en esencia, objetos estéticamente agradables. Si una mujer quiere ser periodista, tiene que ser sensual. Para atrapar a un hombre, las mujeres hacen grandes actuaciones. Las mujeres encuentran en mi poder y mi dinero algo muy excitante. Cuando eres una estrella te dejan hacerlo, puedes hacer cualquier cosa, te permiten hacer lo que quieras (“El glosario de Trump”, 2016, p. 11).

Los resultados de la elección consternaron a quienes veían con estupor que en lugar de repudiar las declaraciones y actitudes misóginas del mag-

nate, éste resultaba electo, y por lo tanto absuelto:

Cualquiera que se hubiera atrevido a decir que a las mujeres se las puede tomar por los genitales cuando uno tiene éxito y fama, estaría ya inmerso en un proceso judicial por denigrar al sexo femenino. Si después de expresarse así su pueblo lo elige como presidente, es obvio que todas las mujeres que votaron por él lo estaban absolviendo y es obvio que, a partir de este momento, ese delito tendrá que ser revisado en un Código Penal que tipifica la discriminación racial y los crímenes de odio (Navalón, 2016, p. 4).

Trump se ha casado tres veces y es conocido por su afición a las mujeres, sobre todo, a las que representan el estereotipo de Barbie, rubias, modelos caucásicas y anglosajonas. Su primera esposa, Ivana, es de origen checo; la segunda, María Maples, es norteamericana; y la tercera, Melania, es eslovaca. Su trato hacia las mujeres, incluyendo sus esposas, ha sido beligerante:

Trump ha sido acusado muchas veces de abusos y él mismo, en un video de 2015, se jactaba de poder manosear a las mujeres sin su consentimiento. Su primera esposa, Ivana, llegó a acusarle en un libro de haberla violado, aunque luego ha matizado sus palabras (Mars, 2016, p. 2).

El millonario es el fiel representante de una élite de “machos” que

se cree y ostenta superior a partir de su condición de género, social y racial:

¿Hay alguien más élite, más abusivamente élite, en Estados Unidos, que Trump, un magnate malvado de caricatura que posee su propio Boeing 757, sus mansiones doradas y sus esposas Barbies; que ha sido demandado ante los tribunales en más de mil ocasiones y no ha pagado impuestos en 20 años? (Carlin, 2016b).

En su reflexión acerca de lo que significó la votación femenina en la elección a favor de Trump, la periodista Malú Huacuja del Toro (2016) muestra su indignación:

¿Hubo mujeres blancas que prefirieron votar por el infierno que representa un acosador sexual, dueño de los humillantes concursos de belleza, que fanfarronea su superioridad? ¿Por qué favorecer a la hipócrita de la modelo sin sesos que demostró ser Melania Trump al plagiar el discurso de Michelle Obama? [...] ¿Cómo es posible que las mujeres prefieran a la Barbie sumisa que aguanta las trompadas verbales del marido en lugar de votar por la mujer “fuerte” que fue senadora?, se preguntan quienes asumen que no vivimos en un sistema patriarcal mundial (p.12).

En el mismo tenor, la escritora Isabel Turrent (2016) considera que las mujeres pagarán muy caro el haber votado por Trump. Evidentemente, los

costos culturales, sociales y económicos significan un retroceso en cuanto a los derechos que las mujeres con conciencia feminista han logrado hasta ahora. En materia de políticas públicas de género la situación se vislumbra grave:

Es difícil encontrar las razones que llevaron a 53% de las mujeres blancas y 1 de cada 4 latinas a votar por un misógino y predator sexual como Trump. Tal vez estas mujeres padecen el síndrome de Estocolmo –que lleva a las víctimas a identificarse y defender a su opresor (p.14).

El equipo de campaña de Hillary se mostró confiado en que contarían con el voto de las mujeres suburbanas, “que se sintieron ofendidas por los dichos misóginos de Donald Trump” (Chozick, 2016, p. 16). Sin embargo, más de la mitad de las votantes apoyaron al millonario.

Durante las elecciones, Tomi Lahern, actriz y conductora de televisión de 24 años, se popularizó por sus comentarios antifeministas y conservadores a favor de la campaña de Trump. Ella representa cabalmente el estereotipo y la mentalidad de Barbie. Debido a su activa participación en redes sociales, el fenómeno se viralizó a tal grado que se le satiriza como “La Barbie del poder blanco” (“¿Quién es”, 2016).

Contra todo pronóstico, las mujeres votaron a favor de Trump, a pesar de que los republicanos temían que el voto femenino favoreciera a la candidata demó-

crata Clinton. Durante toda la campaña, Trump sistemáticamente hizo escarnio de Clinton a quien dirigió su agresividad verbal profiriéndole insultos como el de “mujer repugnante” (“Advierten a Trump”, 2016).

En su campaña, Clinton reivindicó el derecho al aborto, tachando a su adversario de sexista y enemigo de los derechos de las mujeres. Trump, por su parte, externó que las mujeres debían ser castigadas si abortaban. La demócrata se comprometió a luchar por la igualdad de los salarios, la planificación familiar y el derecho a “tomar nuestras propias decisiones de salud”. Las mujeres conservadoras que no le dieron su voto constituyen 78%. (Montalvo, 2016).

La retórica machista, o mejor dicho el vómito misógino, el lenguaje procaz con el que Trump se dirigió a las mujeres caracterizó su campaña. Basta con recordar el primer debate entre candidatos republicanos que organizó la cadena Fox en agosto de 2015, moderado por la periodista Megyn Kelly, quien interrogó al magnate acerca de sus variados insultos a diversas mujeres, citando algunos como “puercas gordas, zorras y animales repugnantes”. Al día siguiente en una entrevista que el millonario concedió a CNN, acusó a Kelly de estar en su contra, de ser una “mentirosa”, de estar “sobrevalorada”; admitió que no tenía mucho respeto por ella. “Se podía ver sangre saliendo de sus ojos, sangre saliendo de su... de donde sea”. En otras palabras, que como ella estaba en “sus



Kemchs

días”, lo había acosado. A través de Twitter reprodujo los mensajes de algunos de sus seguidores que la llamaban Barbie. (“Megyn Kelly”, 2016).

A pesar de los agravios y de los argumentos de oposición, un considerable número de la población femenina votó por el dominador, por su opresor. Son las mujeres y Barbies que reproducen el *establishment* del poder patriarcal.

John Carlin (2016b), periodista y escritor británico, considera que el electorado estadounidense prefirió a un narcisista ignorante, vulgar, racista y descontrolado como presidente, a una mujer seria, inteligente y capaz como Clinton.



Kemchs

Trump representa el lado más oscuro de la sociedad que se identificó con sus valores, ideología, rabia, en suma, con sus animadversiones hacia todos aquellos que les son adversos. Él ha impulsado los peores instintos de la América blanca que le votó. (Navalón, 2017). En su odio hacia todos los que considera diferentes, “denigra a los mexicanos, a los musulmanes, a los judíos, a los negros, a los inmigrantes en general, a los minusválidos, a los intelectuales y a las mujeres, especialmente las mujeres modernas, postfeministas e independientes, cuya imagen más visible es su rival para la presidencia de Estados Unidos,

Hillary Clinton”, señala Carlin (2016b). Sin duda, la cuestión de género pesó en el resultado.

La distopía trumpiana-barbiana, que privilegia la supremacía blanca y la de los varones, representa la era de la intolerancia. Ahora, en “el país de Trump”, Barbie por fin podrá expresar sin pudor y censura los valores patriarcales en calidad de modelo a seguir y como estereotipo de feminidad glamurosamente degradado que la sociedad dominante exige.

Imaginar a una mujer como la presidenta del país más poderoso del mundo haría pensar en los progresistas valores de género de una sociedad democrática que lo hace posible. En contraposición, si un hombre con las características de Donald Trump es elegido como jefe de estado, es porque responde al espíritu de la cultura sexista de la que ha surgido. Su elección deviene sintomática de los retrógrados valores de género que hoy por hoy, en pleno siglo XXI, abundan en la mitad de la sociedad estadounidense. Connota el reconocimiento del poder simbólico patriarcal que le ratificó el electorado.

En su reflexión acerca del triunfo de Trump, Carlin (2017) destaca el símil que existe entre la condición humana y la de los gorilas en razón de sus coincidencias de liderazgo. Encuentra que al igual que los primates, en las sociedades humanas el macho alfa detenta una posición privilegiada en función de su fuerza, testosterona, agresividad y poder de

dominio que ejerce sobre otros miembros. Considera que si Trump ganó las elecciones de Estados Unidos, entre múltiples factores fue por su raro sistema electoral, la ignorancia, mal gusto e infantilismo de un alto sector del electorado de ese país, así como por el peso de la condición biológica del macho alfa.

Ciertamente los estereotipos de los roles de género jugaron un papel determinante en la elección presidencial. Esto se explica por la forma en que operan los imaginarios de las simbolizaciones entre los sexos, sus representaciones sociales. La visión cultural que parte de la esencialización biológica de los géneros normaliza que el poder alfa se imponga como algo natural en el ámbito social.

Asimismo destaca que figuras como Putin en Rusia, Erdogan en Turquía, Xi Jinping en China, Modi en la India, son líderes gorilesco que se imponen por su liderazgo de “hombres fuertes” en los países que gobiernan, cuya población cubre la mitad del mundo.

Mención especial merece el despótico Kim Jong-Un, representante de la dinastía de Corea del Norte, quien hace gala de su poder nuclear, pues “tiene en sus manos la llave de una catástrofe nuclear de dimensiones apocalípticas”. En su enfrentamiento con Estados Unidos, ha exacerbado los instintos bélicos de Trump, quien ha declarado que responderá con “una furia y un fuego jamás vistos en el mundo” (Vargas Llosa, 2017).

La barbarie e irracionalidad de estos dos machos alfa violentos, iracundos, ignorantes, perversos, egocéntricos, megalómanos, hace peligrar el destino de la civilización y la vida en el planeta.

Conclusiones

La elección del presidente número 45 de los Estados Unidos da lugar a la distopía americana Trumplandia/Barbilandia. El *trumpismo* se impone como apabullante realidad para satisfacción de 60 millones de votantes, afines a su ideología sexista, misógina, xenófoba, supremacista y fascista. El presidente Trump, símbolo del irracional poder alfa, hace gala de su incontenible violencia a través de Twitter exponiendo sus continuos arranques de ira en los que amenaza con destruir todo aquello que contradiga su visión del mundo y sus caprichos. La humanidad está en vilo ante la desquiciante posibilidad que pueda activar el denominado botón nuclear ya que tiene autoridad unilateral para hacerlo.

La distópica pareja presidencial ratifica en cada gesto y actuación pública su ignorancia, falta de solidaridad y empatía social. Cabe mencionar que en su visita a los damnificados de Texas que dejó la tormenta Harvey, ocurrida en agosto 2017, la primera dama Melania Trump apareció perfectamente peinada, portando un atuendo que incluía entallados pantalones, chaqueta y lentes de aviador, además de altos tacones de aguja de 10 centímetros. “Aquí aparece

Flood Watch Barbie; seguro que sus Loubs no son impermeables, chicas”, comentó con ironía en Twitter la columnista Maria Del Russo (“Melania cambia”, 2017). Fiel con su rol de fémina enajenada, la exmodelo representa el estereotipo de Barbie a la perfección, pues exhibe una identidad glamurosamente degradada.

Ante el escenario de barbarie y malestar de la cultura falocrática, el feminismo avanza en el ideal de gestionar la igualdad en todos los ámbitos de la vida privada y pública de la sociedad, para gestar nuevas utopías que hagan posible el empoderamiento de las mujeres y lleven a la praxis de nuevas formas de gobernar en el mundo.

Mesografía

Advierten a Trump sobre “mujeres repugnantes”. (24 de octubre de 2016). *El mexicano*. Recuperado de <http://www.elmexicano.com.mx/informacion/noticias/1/28/accidentes/2016/10/24/997655/lo-ultimo-advierten-a-trump-sobre-mujeres-repugnantes>

Carlin, J. (14 de noviembre de 2016a). Declaración de guerra a la estupidez. *El País*, p. 6.

Carlin, J. (7 de noviembre de 2016b). El problema no es Trump. Decenas de millones de estadounidenses apoyan a un candidato que no tiene causa, sino enemigos. *El País*. Recuperado de http://internacional.elpais.com/internacional/2016/11/06/actualidad/1478461197_261293.html

Carlin, J. (15 de mayo de 2017). Gorilas en la política. *El País*, p. 9.

Chozick, A. (15 de noviembre de 2016). Sobrestimó apoyo el equipo de Clinton. *Reforma*, p. 16.

El Glosario de Trump. (13 de noviembre de 2016). *Reforma*, p. 11.

Huacuja del Toro, M. (28 de noviembre de 2016). Hillary y Melania: ¿feminismos? ¿Por qué las mujeres en Estados Unidos votaron por un sexista para presidente? *La digna metáfora*, 48. p. 12.

Lamas, M. (noviembre, 2010). ¿Qué es una muñeca? Cuerpo, representación y política. En *Coloquio Anual, Graciela Hierro*. Programa Universitario de Estudios de Género, Universidad Nacional Autónoma de México.

López, C. (16 de julio de 2016). ¿Puede la muñeca Barbie ser feminista? *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/20160725/403380001466/barbie-muneca-mattel-hillary-clinton-presidenta-feminismo.html>

Mars, A. (13 de noviembre de 2016). El demagogo que capitalizó la ira. *El País*, pp. 2-3.

-
- Mattel presenta sus Barbies presidenta y vicepresidenta. (14 de julio de 2016). *El Periódico*. Recuperado de <http://www.elperiodico.com/es/noticias/internacional/matell-presenta-sus-barbies-presidenta-vicepresidenta-5266902>
- Mazzei, P. y Smiley, D. (20 de enero de 2017). Trump presenta una visión nacionalista de posesión. *El Nuevo Herald*. Recuperado de <http://www.elnuevoherald.com/noticias/estados-unidos/article127800684.html>
- Megyn Kelly, la incisiva periodista de Fox News que puso a Donald Trump contra las cuerdas. (26 de enero de 2016). *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160127_megyn_kelly_periodista_asusta_donald_trump_fox_dgm
- Melania cambia los tacones por tenis ante la crítica. (29 de agosto de 2017). *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2017/08/29/melania-cambia-los-tacones-por-tenis-ante-la-critica>
- Montalvo, T. (9 de noviembre de 2016). Mujeres y hombres blancos, y los que no tienen partido, dieron triunfo a Trump. *Animal Político*. Recuperado de <http://www.animalpolitico.com/2016/11/blancos-votaron-trump/>
- Navalón, A. (13 de noviembre de 2016). El mundo perdido. *El País*, p. 4.
- Navalón, A. (8 de enero de 2017). Primera sangre. *El País*. Recuperado de http://elpais.com/elpais/2017/01/08/opinion/1483908374_916289.html
- Pardo, P. (29 de abril de 2017). Viaje a Trumplandia 100 días después. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/internacional/2017/04/29/59038cc7ca474117148b45bd.html>
- Quién es la polémica Barbie que ayudó en el triunfo de Donald Trump. (3 de diciembre de 2016). *Infobae*. Recuperado de <http://www.infobae.com/tendencias/2016/12/03/quien-es-la-polemica-barbie-que-ayudo-en-el-triunfo-de-donald-trump/>
- Turrent, I. (13 de noviembre de 2016). El ascenso del tirano. *Reforma*, p. 14.
- Vargas Llosa, M. (16 de septiembre de 2017). La bomba de Kim Jong-Un. *El País*, p. 11.