OPINIÓN

La gentrificación de la tribuna. Mundial 2026

Por Erick Reyes · 22 de junio de 2026 · 6 min de lectura



Mientras un trabajador mexicano necesita destinar más de tres meses íntegros de su salario para comprar un boleto, el Mundial 2026 ha dejado en evidencia que el futbol, un deporte nacido en las calles y barrios obreros, le ha cerrado las puertas al pueblo. La organización de esta celebración global ha mutado hasta convertirse en **uno de los negocios corporativos más lucrativos y excluyentes de la actualidad. Asistir a los estadios ya no es una fiesta cívica ni popular, sino un lujo hiperprivatizado**, reservado exclusivamente para un sector limitado de la población y para las élites económicas y políticas.

Es innegable que el futbol funciona como un lenguaje universal debido a sus millones de aficionados. De acuerdo con datos de Consulta Mitofsky (2025), en México, el 63.5% de la población sigue, practica o está enterado de este deporte. Esta cifra lo posiciona en el primer lugar de las preferencias nacionales, 16 puntos porcentuales por encima del boxeo, que ocupa la segunda posición.

La presidenta de México, Claudia Sheinbaum Pardo, visibilizó esta contradicción recientemente al cuestionar en su conferencia matutina: "¿Saben cuánto costaba un boleto en el Estadio Azteca? 120 mil pesos, ¿quién puede pagar eso?". Esta interrogante no es menor; expone una cruda realidad de **exclusión sistemática** que se confirma al revisar los indicadores económicos de nuestro país.

Según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH, 2025) con datos de 2024, el ingreso promedio mensual es de 7 mil 905 pesos para las mujeres y 12 mil 016 pesos para los hombres. Además, el grueso del gasto de las familias mexicanas se concentra, por necesidad, en la compra de alimentos (37.7%) y en transporte

y comunicaciones (19.5%). Ante este panorama, el Mundial se perfila como un evento que la inmensa mayoría de los mexicanos vivirá a la distancia. Adquirir un boleto mundialista exige un ingreso que queda completamente fuera de la órbita de un hogar promedio.

Para dimensionar el nivel de esta exclusión, basta con cruzar los precios oficiales con el salario mínimo general vigente (315 pesos diarios). Los costos iniciales oscilan entre los 6 mil 700 y los 34 mil pesos, pero en el mercado secundario y en los codiciados paquetes Hospitality (que incluyen tratos VIP, alimentos gourmet y zonas de *networking* empresarial) llegan fácilmente a los 240 mil pesos. Si lo traducimos al esfuerzo de la clase trabajadora, las cifras son escandalosas:

● **Boleto Categoría 4 (6 mil 700 pesos):** Equivale a 21 días íntegros de salario mínimo, sin gastar un solo peso en comida, servicios o renta.

● **Boleto Categoría 1 (34 mil pesos):** Representa 108 días de salario mínimo (más de tres meses de trabajo).

● **Reventa o paquetes intermedios (70 mil pesos):** Exige destinar más de 222 días de salario mínimo.

El contraste histórico frente a estos números resulta desolador. En los Mundiales de México 70 y México 86, los estadios vibraron con una afición genuinamente popular. El Estadio Azteca, el "Coloso de Santa Úrsula", fue concebido originalmente para albergar a más de 100 mil almas de todos los estratos sociales. Para 2026, bajo las estrictas imposiciones corporativas, estamos presenciando la gentrificación de las gradas: las recientes remodelaciones no buscaron aumentar el aforo para cobijar al aficionado promedio, sino reducirlo estratégicamente para cumplir con los estándares de la FIFA, eliminando zonas populares para construir, en su lugar, palcos VIP y áreas de hospitalidad exclusivas. Hemos pasado del Mundial de la calle al Mundial del consumo corporativo.

Pero la exclusión de esta Copa del Mundo no se limita al ámbito económico local; también es política y territorial. A esto se suma un contexto geopolítico alarmante en una de las sedes principales del torneo: Estados Unidos. Es aquí donde resuenan con total lucidez las palabras del escritor Juan Villoro: "**La FIFA es una fuerza de ocupación"**. Esta definición cobra total vigencia, pues la Federación llega a los países sede operando como un auténtico supragobierno: exige exenciones de impuestos, impone leyes comerciales a su medida y opera bajo la sospechosa etiqueta legal de entidad "sin fines de lucro".

Mientras la FIFA se vende en sus millonarias campañas publicitarias como una organización unificadora, en la práctica avala el *sportswashing* (lavado de imagen a través del deporte). Resulta profundamente contradictorio y preocupante celebrar un Mundial bajo el lema de una Norteamérica "unida" cuando, de forma simultánea, la administración de Donald Trump en Estados Unidos intensifica la persecución, deportación y criminalización de migrantes —precisamente esa misma población mexicana y latinoamericana que sostiene la base de la economía norteamericana—. Peor aún, el espíritu deportivo se contamina con hostilidades ideológicas, como las recientes tensiones diplomáticas dirigidas hacia naciones como Irán. E**l futbol, una vez más, es instrumentalizado como propaganda política** frente a una FIFA que guarda un silencio cómplice, siempre y cuando el negocio no se detenga.

Al capitalizar este inmenso interés masivo, el deporte se fractura. Existen hoy dos mundiales paralelos: el de la cancha, diseñado como una cumbre de negocios exclusiva para las élites económicas y políticas; y el de la afición, que lo vivirá con enorme pasión a la distancia a través de transmisiones, reuniéndose en las plazas públicas del país y celebrando con alegría en las calles. **Frente a estas imposiciones económicas, el pueblo no se resigna; resiste y resignifica el evento apropiándose del espacio público.** Al tomar la calle y producir sus propias narrativas en redes sociales, los aficionados construyen canales alternativos para hacerse visibles, demostrando que aunque privaticen los estadios, la pasión colectiva les pertenece.

Como bien escribió Eduardo Galeano: "La historia del futbol es un triste viaje del placer al deber. A medida que el deporte se ha hecho industria, ha ido desterrando la belleza que nace de la alegría de jugar porque sí". El Mundial 2026 será, sin duda, un éxito financiero y un espectáculo mediático deslumbrante. La conclusión es ineludible: el futbol de máximo nivel ha sido secuestrado por corporaciones, franquicias y agendas geopolíticas que ven en el aficionado a un simple consumidor prescindible.

Quizá sea el momento de replantear nuestra devoción por este megaevento y aceptar que, aunque nos cierren las puertas de los estadios mundialistas, la verdadera grandeza de este deporte ya no reside en los palcos de lujo, sino en las canchas de tierra y los barrios donde todavía se juega por el simple y puro amor al juego, para **construir comunidad**. Porque, como bien lo señaló la presidenta Claudia Sheinbaum al visibilizar esta gentrificación corporativa, no hay otra respuesta posible: **"el futbol tiene que ser otra cosa"**.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/opinion/la-gentrificacion-de-la-tribuna-mundial-2026
Descargado el 21 de noviembre de 2026.