

## Tarjeta Roja a la FIFA: El sueño imposible del Mundial 2026



shutterstock.com · 2574827735

Tiempo de lectura: 3 min.

[Jesús Elorza G.](#)

El fútbol nació como una manifestación deportiva y social de arraigo popular, un espacio donde la pasión no entendía de clases sociales. Sin embargo, hoy ha sido devorado por una voraz maquinaria corporativa y mediática. La reciente evolución del negocio de la FIFA —con ingresos proyectados de 11.000 millones de dólares para este ciclo y la expansión del torneo a 48 selecciones— es el reflejo exacto de esta mutación. En el siglo XXI, la ética queda fuera de juego si el espectáculo garantiza rentabilidad, transformando el sueño de asistir a la Copa del Mundo 2026 en Estados Unidos en una misión imposible para el aficionado común.

Lo que originalmente se prometió como un evento accesible ha mutado en un golpe drástico al bolsillo. Aunque la FIFA fijó precios oficiales iniciales desde \$60 dólares, la realidad del mercado es abusiva. En los canales de reventa oficial, un boleto de categoría 3 para la final se cotizó en casi \$20.000 dólares, mientras que la propia FIFA elevó el precio oficial más alto de la final a \$10.990 dólares en abril. Para la fase de grupos, las entradas en reventa oscilan entre los \$300 y \$1.800 dólares. El boleto es solo el primer *shock*.

A esto se suma el colapso financiero que representa el hospedaje. Datos de *The New York Times* revelan que el precio promedio en hoteles cercanos a las sedes se disparó de \$293 a \$1.013 dólares por noche durante los días de partido (un alza del 328%). Ciudades como Houston encabezan este abuso con incrementos del 457%, seguidas por Kansas City (364%) y Atlanta (344%).

El transporte local tampoco da tregua. En Nueva York, el tren de ida y vuelta al MetLife Stadium alcanzó los \$98 dólares, obligando a la intervención política para habilitar autobuses más económicos. Por su parte, Uber ofrece furgonetas compartidas desde \$45 dólares, pero las tarifas dinámicas alrededor de los estadios amenazan con triplicarse al sonar el pitazo final. En Dallas, la situación empeora: el AT&T Stadium no cuenta con conexión ferroviaria directa, forzando a los asistentes a depender de transporte privado para recorrer las casi 15 millas desde el centro.

Si analizamos un presupuesto real para un solo partido de fase de grupos en Dallas, los números son alarmantes:

## **Concepto**

### **Costo Estimado (Por Persona)**

**Boleto** (Reventa, fase de grupos): \$300 - \$800

**Hotel** (2 noches): \$300 - \$600

**Vuelo doméstico** (Ida y vuelta): \$400 - \$900

**Transporte local:** \$80 - \$150

**Comida** (2 días): \$160 - \$200

**Total: \$1.240 - \$2.650**

Para un fanático que desee seguir a su equipo en varias ciudades, el costo se dispara fácilmente entre los \$5.000 y \$10.000 dólares, sin contar los gastos de visado y pasajes internacionales.

Asistir al Mundial se ha vuelto un lujo prohibitivo. Mientras el balón rueda, los organizadores apartan la mirada de la realidad económica de los fanáticos. La pasión de miles de millones de personas ha sido perfectamente canalizada para sostener un entramado donde el marketing corporativo transforma cada gol en dividendos. El deporte ya no se justifica por el juego, sino por su capacidad para generar un show permanente, dejando a la verdadera hinchada en el banquillo de los acusados por el simple pecado de no poder pagar la entrada. Infantino, el presidente de la FIFA cambió el “fuera de juego” por el “fuera de alcance”, con el abusivo precio de las entradas. Los aficionados del mundo entero castigan con

*Tarjeta Roja* al abusivo presidente.

El negocio del Mundial de fútbol nos demuestra que, en el siglo XXI, la pasión de miles de millones de personas ha sido perfectamente canalizada para sostener un entramado donde la geopolítica y el marketing corporativo transforman cada gol en dividendos económicos, confirmando que, en el gran teatro del mundo, la ética siempre corre el riesgo de quedar fuera de juego si el espectáculo garantiza rentabilidad. El incremento de ingresos responde a un modelo cada vez más orientado a la explotación comercial del evento, con más partidos, más derechos televisivos y mayor facturación en servicios vinculados. Sin embargo, este crecimiento también se enfrenta a críticas por su impacto en los aficionados y en los propios jugadores, que acumulan calendarios cada vez más cargados y con mayor riesgo de lesiones. El contexto geopolítico añade complejidad: las tensiones diplomáticas entre países organizadores, las restricciones migratorias y conflictos internacionales marcan una competición que trasciende lo deportivo.

[ver PDF](#)

[Copied to clipboard](#)