



DOCUMENTOS DE TRABAJO DEL CIES

ISSN 2362-2598

N° 25

JULIO - 2026

Infraestructuras emocionales de la Copa Mundial de Fútbol 2026

Margarita Camarena Luhrs

Surya Mariana Salgado

Vida Cotidiana, espacio-temporalidad y Sensibilidades Sociales

Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos

ESI ESTUDIOS SOCIOLÓGICOS
EDITORIA

Documentos de Trabajo del CIES

ISSN 2362-2598

N° 25

JULIO - 2025

Publicación electrónica Trimestral

Director del CIES:

Adrián Scribano

Edición y coordinación general:

Ignacio Pellón Ferreyra

Editor responsable:

Estudios Sociológicos Editora

Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos

editorial@estudiossociologicos.org – www.estudiossociologicos.org

Comité Editorial

Adrián Scribano

Gabriela Vergara

Ana Cervio

Horacio Machado Aráoz

Claudia Gandía

Pedro Lisdero

Los textos publicados en Documentos de Trabajo del CIES son sometidos al referato de evaluadores internos y externos, a quienes agradecemos su participación.

Diseño de tapa: Romina Baldo

Documentos de Trabajo del CIES

Documentos de Trabajo del CIES es una publicación electrónica del Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos, donde las y los investigadores del ámbito de las Ciencias Sociales tienen la oportunidad de socializar los avances relativos a sus investigaciones como así también las actividades académicas y científicas en las que participan difundiendo su labor.

Es la intención al generar este espacio que, quienes estamos abocados a la tarea de construir conocimiento científico desde el Sur, nos encontremos en él para escribir acerca de las indagaciones realizadas en el marco de las indagaciones individuales y colectivas vinculados a los campos temáticos propios de las áreas que convocan:

Ambiente y Sociedad, Vida Cotidiana, Espacio-temporalidad y Sensibilidades Sociales, Conflicto y Estructura Social e Innovaciones Metodológicas.

Constituye esta otra oportunidad para dejar constancia del interés -compartido por muchas y muchos-, y del convencimiento que una de nuestras tareas es la de difundir las voces de quienes tienen mucho que decir sobre las realidades sociales, ambientales, cotidianas y sobre los modos de abordarlas científicamente.

En este sentido los objetivos de esta publicación recuperan las intenciones del CIES de dialogar e indagar sobre la sociedad desde caminos interdisciplinarios vinculados a la Teoría Social y a formas de indagación concretas.

Particularmente la creación de este espacio se realiza con el propósito de dar a conocer los proyectos y líneas de trabajo a la comunidad científica, académica e interesados en las temáticas en estudio que se desarrollan en dicho Centro.

Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos

Las múltiples y complejas transformaciones que se están evidenciando en el inicio de la segunda década del siglo XXI en Latinoamérica, el Sur global y el mundo se presentan a todos los científicos sociales como una fuente de desafíos y preguntas. Por ello, el Centro de Investigaciones y Estudios Sociológicos (Asociación Civil – Leg. 1842624) es un espacio que se propone compartir, dialogar e indagar la sociedad -más allá de la adjetivación desde la sociología- desde caminos interdisciplinarios que giran alrededor de la Teoría Social y las prácticas de indagación concretas.

El mundial despliega una inmensa infraestructura para la gestión emocional

Margarita Camarena Lubrs

Investigadora titular C del Instituto de Investigaciones sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. Email: margarita@sociales.unam.mx

Surya Mariana Salgado

Investigadora independiente. Email: suuryy@gmail.com

Resumen

En ciudades de México, Canadá y Estados Unidos, 48 selecciones de equipos de fútbol, se disputan la Copa Mundial 2026, a lo largo de 104 partidos. De esta manera al triplicar los países en donde se llevan a cabo los partidos del mundial, se marca un antes y un después del propio deporte, del espectáculo mundial en que se ha convertido y, quizá, sobre todo, de la integración deportiva de la afición que puede protegerse de las violencias al dejar de irse en contra y sublimar afanes competitivos destructivos, de formas más creativas. Con el objetivo de identificar las implicaciones de esta reconfiguración del sujeto mundial del fútbol a continuación se reflexiona sobre las dimensiones del mundial: a) especialmente de la infraestructura; y b) de las audiencias según lo que muestran algunos datos e incidentes elocuentes de la actualidad del mundial; y, también se intenta: c) replantearse los afanes que nos entrega la justa deportiva, como prolongación de la guerra, para entender la libertad del juego como capacidad intrínseca de los sujetos para lograr devenir personas humanas.

Palabras clave: infraestructura, política de las sensibilidades, fútbol, mundial 2026.

Abstract

Across cities in Mexico, Canada, and the United States, 48 national soccer teams are competing for the 2026 World Cup over the course of 104 matches. By tripling the number of host countries, this event marks a turning point for the sport itself, for the global spectacle it has become, and—perhaps above all—for the integration of the fan base; fans can shield themselves from violence by moving away from hostility and channeling destructive competitive urges into more creative outlets. To identify the implications of this reconfiguration of the global soccer subject, the following analysis reflects on key dimensions of the World Cup: a) specifically infrastructure; and b) audiences, based on current data and telling incidents surrounding the tournament. It also seeks to c) rethink the impulses driven by this sporting event—often viewed as an extension of war—in order to understand the freedom of the game as an intrinsic capacity of individuals to truly become human beings.

Keywords: infrastructure, politics of sensibilities, soccer, 2026 World Cup.

Introducción

Ante la intensidad social que genera la Copa Mundial de Fútbol 2026 [en adelante, el mundial], se despliegan capacidades infraestructurales gestionadas emocionalmente a las que puede prestarse mayor atención. Sea en las ciudades, desde los estadios o en los hogares, desde cualquier lugar desde donde el espectador se enlaza para seguir este torneo, sucede que se completa un hecho peculiar. A cada partido, con cada jugada se comparten experiencias, se unen sentimientos, saberes y entendidos: se conjugan jugadores-espectadores al extremo de que el juego rebasa las canchas, traspasa el momento y rebasa a cada quien.

Este hecho de conectar a los jugadores con los espectadores de la afición y con todos los demás implicados alrededor de este evento, hace explícita una gestión emocional previa que, si bien es alentada especialmente por el mundial, nos ofrece un excelente escenario para indagar acerca del gusto popular y de los sentimientos que mueven a la afición en torno de este gran deporte.

Como además, este acontecimiento materializa intersubjetividades aprovechando las infraestructuras disponibles en lo público como en lo privado de las ciudades para reconfigurar al sujeto social de tal manera que se amolde a las condiciones de audiencia cuyos consumos resulten los más redituables para el negocio del fútbol. Este suceso, combina planos de la razón y de las emociones, de la gestión de las infraestructuras físicas de las ciudades, como de las infraestructuras físicas, informáticas y tecnológicas de las que disponen los espectadores en sus hogares o lugares de estar y trabajar que, ya no pueden seguir distinguiéndose tajantemente.

En este contexto, se intenta mostrar enseguida que el mundial pone de manifiesto el manejo financiero de diversas infraestructuras materiales, incluidos tanto inmensos recursos informáticos y tecnológicos, como una singularizada gestión emocional ajustada a los propósitos del mundial. Si bien este proceso se puede resumir en la financiarización de este negocio planetario, reconfigura al sujeto social tanto para adaptarse a la coyuntura de negocios del torneo de este 23° mundial, como en un sentido más general, para consolidar el perfil social del sujeto colectivo que sostiene la acumulación capitalista financiarizada durante el neoliberalismo actual.

Así, a continuación se intenta contribuir a evidenciar que las infraestructuras físicas incluyen intangibles que son insumidos por la gestión emocional del mundial con el objetivo de asegurar las mayores ganancias posibles. Financiarización del negocio que requiere adaptar, de cierta manera, los consumos de las audiencias. Gestión material, objetiva y subjetiva, ciertamente inseparable de esa economía política de la moral del fútbol que, resulta algo realmente tremendo. Aunque no se ahonda en el tema filosófico de los principios, valores, ética y del "fair play" que involucra a los jugadores, entrenadores, directivos y aficionados del fútbol, como a todos los espectadores voluntarios o implicados,

sí se pretende argüir sobre la gestión emocional que trasciende las infraestructuras de las canchas del estadio y nos sacude a todos alrededor del juego.

Se tiene bastante claro qué está presente en el día a día y qué sucede para que de pronto estemos yendo tras la pelota y haciendo propios, por ejemplo, esos cumplimientos de rectitud, decencia y honestidad, de no fingir faltas, acatar las decisiones del árbitro, ser respetuosos con el rival, incluso ante la derrota y saber perder; de gozar la solidaridad compartida y el afán de ganar mediante un esfuerzo colectivo. Pero con el mundial, se adicionan emociones o se hacen emerger determinaciones profundas del sentir colectivo que surgen junto a otros sentimientos que afloran en situaciones cotidianas, muy lejos del juego. El fútbol es lugar de encuentro, pero, sobre todo, de confrontación:

... construye una dinámica de identidad, pertenencia, diversidad y colectividad; pero también conflicto, por las disputas simbólicas entre parcialidades locales, nacionales y globales. Esta violencia nace a partir de su propia lógica, esto es, de la confrontación colectiva entre dos contendientes, hecho que ocurre en un espacio específico, hoy definido como cancha, campo, arena, coliseo, según el país donde se juegue. De allí que el conflicto sea consustancial al fútbol, porque encarna la disputa entre dos bandos que buscan la victoria por todos los medios a su alcance. (Carrión y Cepeda, 2022: 220).

Como se ve enseguida, junto con el espectáculo por la disputa que se mide en goles anotados, hay un desgaste social implicado en las tensiones del juego. Para intentar contribuir a dimensionarlo, contemplaremos la conexión entre infraestructura, bienes y gastos –públicos y privados–, necesarios para disfrutar del mundial o, incluso para ser parte inevitable del mismo. ¿Por qué inevitable?, porque esta conexión del jugador-espectador implica un manejo de las sensibilidades que si bien no es racional ni completamente intencional, si tiene efectos masivos tan incluyentes como implacables.

Más allá del afán competitivo, de los valores y de los gustos y preferencias de los espectadores, con el mundial se pone de manifiesto cómo se edifica un sentimiento compartido a lo largo del torneo. Como este evento es mediado por una infraestructura para la gestión emocional de este mundial que resulta inflexible, rigurosa y tan severa que, sin contemplaciones, contiene, calma y suaviza o despierta respuestas de emergencia, de miedo, contención o de otros sentimientos el resultado cautiva a las audiencias para mantenernos en el mismo parecer a los 5 millones de asistentes.

“Hasta ahora han asistido a los partidos celebrados en México, Estados Unidos y Canadá, un total de 5.048.079 millones de espectadores.” (Peláez, 2026: 1). Convivencia familiar y de los amigos en los hogares frente al televisor o en otros sitios de esparcimiento, además de en los estadios, que se vuelve mayor y distinta, muy superior a la lograda por movimientos sociales, partidos políticos o por otras convocatorias masivas.

Con estos elementos y características, a manera de conclusión de estas reflexiones, se sugiere que la infraestructura de la gestión emocional puesta de manifiesto por el mundial, puede hacer evidente el

levantamiento, quizá todavía experimental, de una infraestructura propiamente emocional. Infraestructura que, de muchas maneras, absorbe enorme energía social planetaria, que la expropia y acumula y que, así, no sólo la vuelve rentable financieramente, sino que reconfigura al sujeto social expuesto en este proceso. No ahondamos en los antecedentes ni en lo porvenir, tampoco en teorías, conceptos o métodos para explicar este proceso y para intervenirlo pero, sí deseamos señalar algunas implicaciones puestas de manifiesto con el mundial.

1. El gran negocio del mundial de fútbol

Es posible retomar distintas perspectivas de las dimensiones que alcanza este gran negocio planetario en 2026. Por ejemplo, según Olate en su Informe sobre el *Mundial 2026 – El Fútbol, la Estructura de la Economía y el Impacto Económico*.¹

“... la edición 23ª de la historia del mundial de fútbol convoca por primera vez a tres países sede: Estados Unidos, México y Canadá. De acuerdo con un estudio de la FIFA, el mundial de 2026 tendrá un impacto en la economía de casi USD41 blns. Incluye 48 selecciones participantes, en lugar de 32, por lo cual serán 104 partidos a jugar en lugar de 64. Si bien hará mayor la representación de América Latina, con 9 selecciones de Latinoamérica y el Caribe eso no reduce las desigualdades entre los competidores.” (Olate, 2026: 1).

Este mismo autor indica que la escala histórica geográfica del mundial es transitoria y concentrada; y, seguramente tiene razón porque “... el Mundial 2026 se perfila como un evento de escala histórica, con un impacto económico significativo, aunque concentrado geográficamente y de carácter transitorio. El turismo será el principal canal de transmisión económica, impulsando servicios y consumo, con efectos directos en países sede y spillovers limitados en el resto de la región”. (Olate, 2026: 3). También es interesante considerar con este Informe de Olate para el Banco BLADDEX que, *no hay relación directa entre ser potencia en el fútbol y ser potencia económica*, aunque Brasil ha ganado la Copa en cinco ocasiones y Argentina en otras tres.

Con base en datos de Openconomics en colaboración con FIFA y la organización mundial del comercio, se estima a futuro que: “... el mundial 2026 podría generar un impacto económico global de 80,100 millones de dólares la cifra contempla ingresos relacionados con el sector turismo, transporte, servicios, actividad comercial.” (TeleSur a la Carta, 2026). Así, este mundial resultaría el evento más redituable de su historia. Y, en efecto, el mundial,

... llegó a su final, con un saldo económico favorable para la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA). El fútbol produjo ingresos extraordinarios y dejó al descubierto una estructura donde la FIFA controló el negocio, los gobiernos sedes pagaron una parte importante de la operación y las decisiones políticas alteraron las condiciones de participación (...) La FIFA

¹ Informe elaborado para el Banco Latinoamericano de Comercio Exterior (BLADDEX) que reúne a los bancos centrales y entidades estatales de 23 de los 43 países soberanos de América Latina y el Caribe.

presentó el Mundial como una operación capaz de generar hasta 40 mil 900 millones de dólares en producto interno bruto mundial, 8 mil 280 millones en beneficios sociales y cerca de 824 mil empleos equivalentes a tiempo completo. Para Estados Unidos calculó 30 mil 500 millones de dólares de producción bruta, 17 mil 200 millones de producto interno bruto y 185 mil empleos. (Aub, 2026: 1).

Mientras que para Canadá “la Copa Mundial de la FIFA 26 aportará cerca de \$3,800 millones de dólares canadienses...” (FIFA, 2026: 1) a su economía.

Seguramente una de las fuentes de la rentabilidad de este negocio es su escala planetaria:² “la FIFA ha convertido la transmisión televisiva y digital de los mundiales en su principal fuente de ingresos” (Romero, 2026). Esto es así, porque “... los derechos de transmisión representan más del 50% de los ingresos totales de la organización, superando incluso la venta de boletos y patrocinios (...) La infraestructura satelital garantiza que estos contenidos puedan ser distribuidos de manera simultánea a cientos de cadenas televisivas y multi plataformas digitales en más de 200 países” (Romero, 2026).

Es posible sugerir que entre los efectos de negocio del mundial, se rentabiliza una mayor intercomunicación controlada que, la obtenida antes por la política del entretenimiento y por la gestión de otros medios como las redes sociales. Incluso por el manejo de otras infraestructuras –ajenas al mundial- y por la incorporación de territorios virtualizados que dan acceso a otros recursos tecnológicos de alcance planetario y que ya se encontraban en uso. Esto provoca una gestión de las intersubjetividades inseparable de la rentabilidad. Rentabilidad, ya totalmente financiarizada en torno del espectáculo del fútbol, fincada en la gestión del ánimo y de la acción de los jugadores-espectadores, de los aficionados e implicados global y planetariamente.

2. Un sujeto social planetario

La emergencia de una afición del fútbol en escala planetaria que ya existía, en este verano-invierno del 2026, adquiere otras dimensiones que no pueden dejar de contemplarse con asombro y ciertas reservas. “La Copa del Mundo 2026, con un total de 3,605,357 aficionados en los estadios, ya es el mundial con mayor asistencia de la historia, por delante de Estados Unidos'94, que tenía la plusmarca con 3.587.538 espectadores” (ESPN, 2026: 1). Pero, no sólo cabe notar la masificación del torneo, sino la universalización de sus significados y símbolos.

En este sentido, destaca con Fábregas, que el fútbol al volverse negocio mundial, se convirtió en espectáculo “... originándose una situación esquizofrénica entre los dueños de los equipos y las aficiones

² “Hoy la transmisión del torneo 2026 multi sede a escala planetaria exige una infraestructura satelital robusta, capaz de garantizar cobertura continua, calidad de señal y resiliencia frente a la demanda masiva de millones de televidentes y radioescuchas. En este contexto, la importancia de las capacidades nacionales satelitales de los países sede y la articulación del altamente lucrativo negocio de la FIFA se convierten en factores determinantes para el éxito de la justa mundialista y para la generación de beneficios tangibles a la audiencia global.” (Romero, 2026).

en su calidad de comunidades de identificación. Para los primeros, el fútbol es un negocio en el que se convierte a la identidad en mercancía: para los segundos el fútbol crea ámbitos que propician la manifestación de las identidades y de sus esperanzas” (Fábregas, 2026: 8). Y, por otro lado, puede leerse a Gianni Infantino, presidente de la FIFA, expresando el sentir más popular de la afición del fútbol:

“Este es el verdadero reflejo del amor de nuestros aficionados por este bello juego y de la habilidad del fútbol para juntar a la gente para celebrar, disfrutar y compartir emociones que unen. Las imágenes dentro de los estadios, a través de las 16 ciudades anfitrionas, han sido increíbles y les agradezco por venir de todas las partes del globo para iluminar esta Copa del Mundo FIFA”, destacó el presidente de la FIFA, Gianni Infantino. “Lo mejor está por venir y todavía tendremos nuevos récords, pero lo más importante es que la gente continúa disfrutando y creando recuerdos para toda la vida”. Agregó. (ESPN, 2026: 3).

Dimensiones de la infraestructura aprovechada para el mundial, así como las del sujeto social emergente, masivo, anónimo y planetario, al que se alude centralmente con el mundial 2026, señalan a la gran afición como un sujeto social planetario e incluyente. Ante el presidente de la FIFA que dirige esta gestión, se implican a los equipos de fútbol, los recursos financieros globales, la audiencia mundial de espectadores, directos e indirectos; aunque también se implica, una poco transparente dinámica de colaboración y de dirección que, por lo menos se esperaba fuera bidireccional, pero que comprende audiencias y afición que ya se han vuelto parte activa del juego.

Ante la entidad gestora de este evento mundial, quizá no es exagerado sugerir que, el resto somos los gestionados quienes lo retroalimentamos. Y es que el gestor del mundial se alimenta con la energía invertida por el espectador desde los lugares que le son propios, disponiendo de su tiempo al igual que de las infraestructuras que le pertenecen o bien, de las infraestructuras públicas de las que es usuario, simplemente por vivir en las ciudades del torneo y por los impuestos que paga a gobierno; por medio de equipos y aparatos de televisión y radio que cada uno tenga y use para seguir los partidos en vivo o en las retransmisiones, como a través de las redes sociales. Pero también se retroalimenta “del amor de los aficionados...” al fútbol. En resumen, lo que alimenta al gestor emocional, líder del mundial, es ese conjunto de sujetos sociales, de cuerpos-emoción masiva y anónimamente integrados que resultan parte y contraparte de esta compleja gestión emocional.

Entonces, el talento del sujeto social gestionado por y para el mundial del fútbol, o sea, el espectador y los implicados con él, cumplen pocas metas conjuntas compartidas con el gestor del mundial. En ese afán de que el mundial reditúe como negocio, tan sólo es el sujeto social-objeto consumidor de la transmisión del magno torneo. Si esto es así y el espectador no es otra cosa que su gestionado cliente, las realidades del mundial demuestran la reconfiguración del sujeto social que si, como se ha mencionado, ya se encuentra en curso, con el torneo se pone de manifiesto con mayor crudeza.

Esta reconfiguración sería imposible sin mediar la gestión emocional que le hace posible cumplir como cliente del mundial. Objetivo comercial que vende el disfrute de los partidos, mediante nuevos formatos verticales, ante los que la audiencia se encuentra más receptiva y dependiente de plataformas digitales que incluso de los propios partidos y del espectáculo completo. Espectadores que al dejar de ser críticos muestran una vulnerabilidad emocional que los conduce a buscar constantemente la validación mediática. Que la audiencia sea cautiva, como sujeto objeto emocional, es posiblemente lo que asegura el éxito de este negocio planetario. Disposición con la que inmediatamente rinde su más completa autodeterminación emocional o sea, su soberanía. Esta reconfiguración del sujeto social, seguramente garantiza el negocio total.

Este sujeto social masivo y anónimo, cuenta con recursos y capacidades tecnológicas infraestructurales propias que garantizan el despliegue tecnológico para la transmisión del mundial: “... soporte a una gran cantidad de espectadores y aficionados transmitiendo imágenes y video en forma simultánea” (Romero, 2026) y por su cuenta. Por lo que no solo resulta fundamental la infraestructura satelital como columna vertebral de la transmisión del mundial 2026, sino las habilidades tecnológicas del nuevo sujeto social que es el objetivo y el adaptado cliente al que se dirige el mundial.³

3. La red de infraestructura desplegada para el mundial hace evidente que la gestión financiera⁴ es inseparable de la gestión emocional

El mundial se juega en los estadios de 16 ciudades, a lo largo de los tres países anfitriones ya mencionados y situados en América del Norte: 11 en Estados Unidos, 3 en México y 2 en Canadá. Por ello, es importante tomar en cuenta mayor información sobre la infraestructura física utilizada para el torneo y que excede las inversiones de los organizadores al comprender medios públicos y recursos particulares que ya existían antes y sin descontar algunas obras adicionales construidas con recursos públicos para asegurar traslados entre aeropuertos, centros urbanos y estadios.

³ “El fútbol es el deporte más visto del planeta y el Mundial constituye el evento televisivo más seguido en la historia contemporánea. Para garantizar que cada partido llegue en tiempo real a todos los rincones del mundo, la infraestructura satelital se convierte en el eje central de la transmisión. Los satélites geoestacionarios y de órbita media permiten distribuir señales de video y audio a millones de hogares, estaciones de radio y plataformas digitales. La capacidad y desafío de transmitir en alta definición e incluso en formatos 4K y 8K depende de la disponibilidad de ancho de banda satelital y de la coordinación entre operadores nacionales e internacionales.” (Romero, 2026).

⁴ Sobre inicios de la financiarización en América del Norte, puede constatar el proceso de “financiarización extrema” que se ha consolidado desde la década de 1980 y se ha visto acelerado por la renegociación de los tratados comerciales (T-MEC) como por los impactos de la pandemia de Covid-19, al transformar infraestructuras económicas completas que estaban a favor de los sistemas productivos tradicionales y que luego, son reemplazadas por políticas emocionales soportadas por otra integración económica sensorial.

Estas nuevas infraestructuras de la gestión emotiva están basadas en la conveniencia más estrictamente especulativa; y, ahora, a diferencia de como fuera antes, implican una patológica saturación de las mismas percepciones emotivas y sensoriales.

Se estima que “la infraestructura tecnológica y urbana del Mundial 2026 comprende una red a escala planetaria, destacando el uso de microcentros de datos en los estadios para procesar hasta 54,000 TB de información, redes de fibra óptica, transmisiones hacia el IBC en EE. UU. y el despliegue de obras de movilidad y transporte urbano en las sedes” (Romero, 2026).⁵ Podría pensarse que el mundial traería derramas adicionales en estas tres sedes, pero no ha sido así.⁶ Esta competencia deportiva de alcance global, más bien se ha convertido en demostraciones de infraestructura tecnológica aplicada al deporte en tiempo real debido a la combinación excepcional de microcentros de datos, “... de inteligencia artificial, *edge computing* y centros de datos distribuidos...” (Redacción de ITSitio, 2026).

En este sentido y dada la magnitud del torneo ha sido indispensable contar con: “... una infraestructura de transmisión sin precedentes para soportar la demanda simultánea de aficionados, cuerpos técnicos y transmisiones globales...” (Romero, 2026).⁷ De esta manera, conviene notar que si cualquier infraestructura es física, tangible, de carácter económico y político, una intervención en el medio natural y en la sociedad, no todas ellas tienen asociadas las emociones que impulsan su construcción que afloran impredeciblemente con su uso.

Por lo que, en la actualidad, si lo construido se torna en infraestructura de la gestión de las sensibilidades, hace falta indagar más sobre las intersubjetividades que promueve; también averiguar bien a cuáles causas y para quiénes resultan los beneficios y las ganancias de estas infraestructuras que requieren ser gestionadas tan emocionalmente, aunque esto resulte: intangible, anónimo, masivo, virtual.

Conviene tomar en cuenta algunos antecedentes de los mundiales previos para apreciar la creciente financiarización del mundial. De acuerdo con Sheehan (2026: 2), el concepto de superávit es clave de la financiarización porque, tanto por conceptos derivados de ingresos y gastos, como por los indicadores de los excedentes producidos o directamente por las ganancias de los 11 mundiales anteriores, o bien, al contemplar las variaciones en el superávit obtenido en ellos. Lo que destaca sobre todo, son las políticas de aumento y diversificación de las demandas de fútbol y la rematerialización (vía publicidad y

⁵ Según otra fuente, se confirma esta estimación en el sentido de que “...hasta 54,000 terabytes de información se producirán durante cada partido del Mundial 2026 entre acciones del juego, estadísticas de cada futbolista o elementos para ayudar a los árbitros a tomar mejores decisiones. Un volumen de datos que se alojarán de forma local en microcentros de datos que cada uno de los 16 estadios tendrá instalados con ese objetivo” (Guarneros Olmos, 2026).

⁶ “En el rubro doméstico, siete ciudades tuvieron un retroceso en la capacidad desplegada este verano respecto al verano pasado. Cinco de ellas son estadounidenses —Atlanta (3.3%), Houston (2.9%), Miami (2.5%), Los Ángeles (2%) y Dallas (1.3%) y el otro par es Vancouver (3.3%) y Monterrey (1.5%).

Por el otro lado, Filadelfia (7.9%), San Francisco (7.6%) y Guadalajara (6.5%) fueron las que presentaron el mayor crecimiento de capacidad para la temporada de la Copa del Mundo. La CDMX aumentó su capacidad en 1.2%.” (Gutiérrez, 2026: 2, 3).

⁷ Para ello, se ha “habilitado el Centro Internacional de Transmisión (IBC): Ubicado en Dallas, Texas, (que) opera como el corazón tecnológico del torneo. Recibe, procesa y distribuye todas las señales para televisión, radio y plataformas digitales a nivel mundial. Infraestructura Satelital: Soporta la conectividad global continua y de alta resiliencia requerida por la FIFA y sus cadenas de derechos de transmisión.” (Romero, 2026).

manejo de la afición) de las preferencias de los clientes, consumidores, espectadores con lo que se incrementan las masa de capitales invertidos y, consecuentemente, los superávits.

Puede estimarse, de manera gruesa, que el mundial reditúa además de los aumentos por el cambio de escala y lo que sería excelente gestión tecnológica del negocio de la transmisión del torneo y de la publicidad, ganancias extraordinarias que superan con creces a los torneos anteriores. Esta absorción de importantes excedentes adicionales, se deben a la gestión inmersiva, inductiva, de las audiencias del fútbol; y seguramente, a la reconfiguración sujeto social puesto de manifiesto con la universalización del cliente del fútbol, tal como se nota a partir del siguiente resumen de los ingresos del mundial:

a) Por la venta de entradas de las distintas categorías: “... los ingresos por venta de entradas presupuestados parecían modestos debido a los recintos más pequeños en Qatar, pero los ingresos reales por la venta de entradas superaron significativamente las expectativas, muy probablemente debido a la previsión conservadora de ingresos de la FIFA”. (Sheehan, 2026: 2).

Como se estima que “... el aumento de los ingresos por venta de entradas ayudará a la FIFA a superar los US\$15.000 en ingresos en este ciclo de la Copa del Mundo, lo que supondría un récord para el organismo rector del fútbol mundial y una cifra significativamente superior a su objetivo declarado para 2022 de US\$11.000 millones.” (Sheehan, 2026: 5), es posible que, con el mundial de fútbol, se confirme que costos y precio, sujetos a “precios dinámicos” se determinan fuera de las leyes de mercado más convencionales de oferta y demanda.⁸

Para 2026, “se están utilizando por primera vez los precios dinámicos, que hacen que los cargos sean deliberadamente opacos y estén sujetos a cambios en tiempo real. Esto significa que los precios de las entradas pueden variar drásticamente tanto entre partidos como incluso para un mismo partido en diferentes momentos.” (Sheehan, 2026: 5).⁹

b) Según comparaciones históricas.

La Copa del Mundo de 1994 en Estados Unidos, considerada por muchos como un gran éxito, generó US\$700 millones en ingresos netos -o ganancias- frente a un presupuesto de US\$550 millones, impulsado en gran medida por unas ventas de entradas y patrocinios superiores a lo esperado. Los grandes estadios y la alta asistencia también contribuyeron a potenciar los objetivos

⁸ “El torneo de este año también brindará a la FIFA, como organizadora, una oportunidad de oro para generar miles de millones de dólares en ingresos adicionales por la venta de entradas... La preocupación es que la FIFA está dejando fuera a muchos de los aficionados más devotos de este deporte. En el Mundial 2022, que se llevó a cabo en Qatar, las entradas de categoría 1 para la fase de grupos (los mejores asientos) costaban unos US\$220, mientras que los residentes qataríes podían comprar entradas por US\$11 en algunos partidos de la fase de grupos. Las entradas de categoría 1 para la final costaban unos US\$1.600.” (Sheehan, 2026).

⁹ Una referencia a este fenómeno es la de que: “el precio de referencia inicial para las entradas de categoría 1... era de unos US\$600 cuando salieron a la venta por primera vez en el otoño de 2025, pero ahora se venden generalmente por más de US\$1.000 y, a veces, por mucho más.” (Sheehan, 2026: 2). Así, el precio de estas entradas para el partido inaugural en Ciudad de México, superan “... los US\$2.500, e incluso las entradas de Categoría 3, el nivel más bajo disponible, superan los US\$1.000. Para la final, las entradas de Categoría 1 costaban inicialmente más de US\$6.000 y a principios de mayo habían superado los US\$32.000.” (Sheehan, 2026).

de desarrollo de la FIFA, incluido el lanzamiento de la Major League Soccer en EE.UU. Para 2022, las finanzas de la FIFA habían crecido de manera espectacular. Los ingresos para el ciclo que incluía la Copa del Mundo de ese año se presupuestaron en US\$6.440 millones, pero terminaron alcanzando los US\$7.570 millones, con la mayor parte del crecimiento proveniente de la retransmisión y el marketing. (Sheehan, 2026: 5).

c) De acuerdo con los costos y su relación con los gastos reducibles de las ganancias. Debido a que:

... se ajustó estrechamente al presupuesto [de la FIFA], con US\$2.800 millones asignados a programas de desarrollo en el ciclo 2019-2022. [Y] A pesar de este gasto, las reservas aumentaron de US\$2.810 millones a US\$3.890 millones como resultado del éxito del campeonato de 2022. De cara al ciclo del Mundial de 2026, la FIFA presupuestó que los ingresos aumentarían en US\$4.360 millones con respecto al ciclo 2019-2022, hasta alcanzar los US\$11.000 millones, impulsados en gran medida por la venta de entradas -con un aumento de US\$2.590 millones- y los derechos de transmisión, con un aumento de US\$890 millones... Se esperaba que los costos aumentaran en US\$4.570 millones, lo que implicaba un superávit proyectado de unos US\$100 millones, el mismo pequeño aumento proyectado en el ciclo anterior. Para 2024, un presupuesto revisado de la FIFA aumentó los ingresos previstos para el ciclo 2023-2026 hasta los US\$13.000 millones. (Sheehan, 2026: 8).

d) Haciendo que la demanda sea mucho mayor que la oferta de entradas.

Incluso con estadios más grandes que en cualquier Copa del Mundo desde 1994, la demanda ha superado ampliamente a la oferta. Hubo más de 500 millones de solicitudes de entradas para el sorteo aleatorio, pero solo unos 7,1 millones de asientos disponibles. Este desequilibrio le dio a la FIFA un enorme poder de fijación de precios. Para tratar de mitigar las críticas, la FIFA introdujo “boletos de entrada para aficionados” de US\$60, asignados a través de las asociaciones nacionales. Sin embargo, estos representan solo una pequeña parte de los boletos, menos de 600 por partido, y han hecho poco para calmar la indignación por los precios... Mi previsión de ingresos totales para la FIFA es de entre US\$14.000 y US\$19.000 millones (Sheehan, 2026: 10).

Si esta estrategia de la FIFA tuviera la intención de recobrar parte de los ingresos que ganan los revendedores, por más impopular que resulte a los posibles compradores de entradas, demuestra que el eje de las decisiones de mercado de los organizadores del mundial de la FIFA, haga posible que “todo sea negocio”.

Pero esto ya quedó fuera de los recursos y resultados previos, vistos desde los márgenes de la acumulación financiera capitalista neoliberal. Tal como queda de manifiesto con la copa 2026, se trata de una movilización popular planetaria de la energía social de la especie humana, reducidos en cuanto cosas, para movilizar el dinero mediante una *sobre materializada infraestructura emocional de las más profundas intersubjetividades*. Esto ocurre en la medida de que es capaz de conformar, masiva, anónima e involuntariamente, a la totalidad de los espectadores del espectáculo futbolero, simplemente como objetos que movilizar para desembolsar de sus bolsillos, los dineros, las pasiones, los anhelos y

expectativas que bajo la sombrilla de fútbol guardan consigo los miles de millones de cuerpos-y-emociones ya tan masificados como bien domesticados.

Estos cuatro aspectos de las fuentes de ingresos del mundial, pueden sugerir una “desmaterialización” de la infraestructura física y “materialización” de las intersubjetividades. En cuanto ambas se transforman en infraestructura financiera hacen que las ganancias producidas a lo largo de los juegos realizados en medio de esta “cancha” de exposición mundial, requieran fuertes operativos de control indispensables para conducir la “normalidad” de los 104 partidos; pero también para hacer frente a diversas “irregularidades” surgidas ante las inconformidades ciudadanas, los bloqueos y protestas sociales motivadas en los alrededores del mundial.¹⁰

Como este mundial 2026, trae consigo cambios en lo cotidiano de las tensiones de la ciudad:

... se suma el cúmulo de emociones desatadas junto con otras dinámicas en los barrios y las colonias. No solo afecta el turismo masivo, sino la reducción, aunque sea temporal, de los espacios públicos. Y, en la vida en casa frente al televisor, es indudable que se animan emociones muy propias del fútbol. ¿Por qué?, en gran medida porque a pesar de que las teleaudiencias prefieren las versiones de los influencers y los resúmenes verticales, se trata de una experiencia que rememora la vivencia directa de 90 minutos del partido; también porque los preparativos para asistir o ver los resúmenes del juego tienen consecuencias de lo vivido. Poco importa que, estemos junto con o en contra del equipo, frecuentemente sucederá un traspaso indistinto en el que “nosotros ganemos o perdamos”. (Camarena y Salgado, 2026).

4. Emociones del mundial de fútbol. Algunas implicaciones de euforia o tristeza y desesperación que afectan al espectador

Se sabe que las emociones del partido pueden ir de la felicidad a la ira, de la ansiedad al temor o al desconsuelo, la decepción o la desesperación. Estas respuestas son normales siempre que sean temporales y no interfieran con las actividades cotidianas. Entonces, con el fútbol al espectador se mueve en distintas rectas emocionales: “... la emoción de un gol, la euforia de una victoria o la tristeza tras una derrota forman parte de la experiencia de millones de aficionados durante los grandes torneos de fútbol. Sin embargo, especialistas advierten que estas reacciones pueden convertirse en un problema cuando persisten durante largos periodos o generan conductas de riesgo.” (Román, 2026: 1).¹¹

¹⁰ Por ejemplo, “... cabe mencionar los paros viales masivos; la suspensión de actividades laborales en varias instituciones, las inconformidades ciudadanas con motivo de los desaparecidos, los reclamos de aumentos salariales de los maestros, los desalojos y otros efectos de la gentrificación; además de otros distintos efectos evidenciados por el mundial, tales como los aumentos inflacionarios y en los costos de diversos servicios, alimentación, vivienda y transporte.” (Camarena y Salgado, 2026).

¹¹ Lo cual no es poco frecuente debido a que, “las emociones del fútbol se vuelven nocivas cuando se desbordan y escapan al control racional, provocando graves efectos en la salud física (como estrés severo y riesgo cardíaco) y sociales (como la violencia)”. Entonces, pueden notarse riesgos físicos y mentales de euforia o tristeza profunda, después de la experiencia durante grandes torneos de fútbol (Román, 2026: 1).

Pero, esta esta exposición mundial también hace notables que el espectador se comporta como si dejara de serlo porque “juega” imaginariamente y si siente impulsado a conducirse como si fuera el o los jugadores del partido. De modo que es conducido a

... otras expresiones de la euforia deportiva que no logran hacer de lado la necesidad de fuertes operativos de control surgidos ante las inconformidades ciudadanas, los bloqueos y protestas sociales. Cabe mencionar los paros viales masivos; la suspensión de actividades laborales en varias instituciones, las inconformidades ciudadanas con motivo de los desaparecidos, los reclamos de aumentos salariales de los maestros, los desalojos y otros efectos de la gentrificación; además de otros distintos efectos evidenciados por el mundial, tales como los aumentos inflacionarios y en los costos de diversos servicios, alimentación, vivienda y transporte. (Camarena y Salgado, 2026).

Por lo cual se puede insistir en la necesidad de gestionar de forma saludable la afición por el fútbol y distinguir lo que enarbola altos sentimientos de la persona humana y otros de la ausencia de inconsciente que los lesionan, auto mutilan o destruyen. Sin lugar a duda, la pasión por este deporte impacta los cuerpos y exalta o reduce las emociones correspondientes a esos cuerpos de los aficionados ya tan frecuentemente reducidos como si no tuvieran órganos. Desde esta mirada, urge distinguir el disfrute del juego de otras acciones eufóricas o desesperadas al apostar impulsivamente o con conductas violentas o depresivas posteriores al partido ni con expresiones de frustración sin control o con impulsos a la agresión verbal o física, incluso en el hogar.

Si bien, estas manifestaciones estarían expresando otros trastornos del ánimo, sobre todo cuando la persona carece de herramientas para su gestión emocional, estos efectos no son meramente incidentales, inocentes y carentes de intención en el fondo de la gestión de las sensibilidades y de su política moral explícita con el fútbol, al contrario: son efectos nefastos soslayados si no es que, ocasionalmente sean provocados experimental o intencionadamente como medios de la sumisión y la resignación emocional constituyentes de una gestión intencional de la reconstitución de los cuerpos y las emociones.¹²

5. Una de las implicaciones más importantes del mundial es el vinculante entre los jugadores directos e indirectos

Entre jugadores que resultan victoriosos-o-derrotados y los “jugadores indirectos”, que son la afición, los espectadores y todos los implicados junto con ellos a lo largo del torneo, se viven incidentes conectivos. Se experimentan íntimos detonadores de la convivencia al hacer propios incidentes que

¹² Son elocuentes incidentes contrarios a lo mejor de la justa deportiva. Por ejemplo, la negación de visas, detenciones, inspecciones arbitrarias y humillantes a los equipos y pertenencias a su llegada a los estadios, mientras que otros fueron exentos; que se prohibiera la entrada a los Estados Unidos al árbitro somalí siendo portador de pasaporte diplomático, que los jugadores iraníes recibieran el apoyo la cancillería de México para pasar las noches en Tijuana, porque solo les dieron permiso de llegar al partido y retirarse al finalizar el encuentro; también la desproporción de los partidos 13 para México, 13 para Canadá y 78 de los 104 partidos en total, para los Estados Unidos.

conducen el juego hasta los goles. Llama la atención que, sin saberlo sin sentirlo claramente, de pronto, se está en el juego y se juega como parte de los jugadores. ¿Cómo se da esta mundialización de un sentimiento común? Puede considerarse que esto es imposible sin una gestión emocional, previa, global, quizá en mucho espontánea, quizá debida en otro tanto al mercado de las sensibilidades base de cualquier acto publicitario/intercomunicativo/político vinculado al mundial.

Más que cambiar de la gestión pública a la gestión financiera, privada, del interés común, con el mundial lo gestionado, o sea, los que resultamos gestionados, se simplifica integrándose como lo que sea necesario y lo más conveniente para convencer, seducir, manejarnos como parte de un sujeto anónimo, masivo. Colectivización, masificación. Entre los afanes deportivos del mundial y muy hondo en el negocio del espectáculo, estamos todos los jugadores indirectos. Los espectadores, aficionados en serio de toda la vida y todos los demás implicados con ellos y con los circuitos en los que se producen y gestionan sus emociones. Se puede considerar que, entre las implicaciones de este mundial, lo que pasa incluye principalmente a este mundo de jugadores indirectos que no excluye a ninguno.

Nadie queda fuera al partido aunque lo viera vía remota, sepa o no del fútbol, le guste y sea hincha del equipo o le enfade, no importa. Es una oleada de entusiasmo desbordante del imposible *Self*, un encuentro con el sentir común quizá muy lejos del inconsciente. La pelota, el juego, el encuentro, la competencia, ganar siempre, ganar de todos modos por vivir la fiesta del partido, libera un cúmulo de emociones extraordinario, excepcional porque: nos vincula queramos o no estemos dispuestos a eso, porque nos asocia y comunica de una mejor manera, aunque sea fugazmente. Entre estas emociones masivamente compartidas son frecuentes las que alternan de: “la felicidad a la tristeza, de la angustia a la esperanza, activando circuitos cerebrales de recompensa y un fuerte sentido de identidad grupal” (Herrera, 2025: 2).

Y es cierto. Esa energía adicional disparada por las emociones de este juego da lugar a una experiencia maravillosa. Esta salida, esta posibilidad de unificarse es muy importante en la coyuntura mundial actual. No solo porque se trate de un evento gigantesco en donde los jugadores directos y los indirectos –que somos todos los demás– nos conectamos dando lugar a un gran negocio de la sociedad de la espectacularidad. Sino porque este vínculo único, hermana y une a cada uno consigo mismo aunque se (en)vuelva muy fragmentariamente uno más, con los otros. Este modo de ser aun intersticial y momentáneo, una vez experimentado, se anhela con esa otra auténtica pasión de lograr encontrarse. Por eso entre las implicaciones que fracturan y cautivan al sujeto social mundial espectador del mundial destaca una, precisamente ésta.

En medio de esa búsqueda del otro, en tanto sea uno mismo y que, muchas veces es tan desesperada como enfrentada sin remedio, el mundial rompe con ese anhelo, quizá tan solo como una

distracción del tren de vida diario. Quizá sin darse cuenta, provoca ir más allá de lo que se ha dado por vencido. Dejar de lado, aunque sea durante unos partidos y durante unos momentos de los resúmenes televisados del mundial, esa separación tan cotidiana como destructiva que pone en juego sentimientos desconocidos y adormecidos. Queda sin soporte eso de no poder hallarse ni a uno mismo ni con ningún otro, de vivir sin morirse. Hace posible un tipo de encuentro, emotivo y sensorial, que deja de lado diferencias y asimetrías, a cualquiera de las desigualdades sociales irreconciliables, a lo que se haya reducido de las sensibilidades, porque algo subsiste aun en medio de la carencia extrema.

¿Cómo?, quizá mediante la fascinación del juego; tal veces al inventarse unas terceras identidades, masivas, inevitablemente compartidas que, tan imaginarias como indolentes, pueden darse especialmente entre innumerables desconocidos que sienten esa emoción por igual. “Identidades comunes que hacen sentirse bien y ser jóvenes, despreocuparse de los problemas, aunque sea un rato” (Camarena y Salgado, 2026). Terceras identidades que en los momentos del mundial vencen asimetrías irreconciliables de clase y otras desigualdades sociales por extremas que sean.

6. ¿Emociones del fútbol que se vuelven infraestructura financiera? Claro que sí, pero ¿cómo?

Si las emociones y las intenciones previamente decididas acerca de qué y de cuáles emociones sentir –y por lo tanto, de cuáles emociones sentir y de qué políticas de las sensibilidades valerse para ello, o dejar de hacerlo–, son inseparables de las decisiones-planes-construcción-uso-mantenimiento de la infraestructura, son menos evidentes y cuantificables. En términos generales estos aspectos fundamentales de cada infraestructura son más bien previstos en términos de la “conveniencia” de y para determinados grupos de interés. Por lo tanto, de las condiciones del poder económico, político, social, a su alcance, como de sus capacidades de negociación para captar y movilizar mayores contingentes sociales. Ciudadanos, votantes, comunidades, grupos, barrios o familias en juego.

Pero hay otros aspectos donde la infraestructura física y económica, tangible, visible, resulta ya no solamente determinación directa de la economía, sino completamente gestionada como una sobre determinación. Cosa que ya es imposible de comprenderse si no es en términos financieros. Esta “des-materialización” económica de la infraestructura es difícil de alcanzar a entender, sobre todo si estamos acostumbrados a ver las infraestructuras sólo como cosas, como espacios producidos, como lugares levantados del suelo, como arquitecturas y edificaciones situadas lejos del sentir.

Pero tenemos a las intangibles ciudades digitales y a los nodos de las 14 ciudades mundiales, cuyas redes conectan, dan acceso y centralizan de maneras invisibles, a todos los flujos de capital, personas, mercancías, informaciones y percepciones del planeta. Esta otra escala doble o múltiple de la infraestructura es realmente clave para entendernos mejor hoy y, para situarnos sensorialmente de cara al

mañana que, se nos aparece casi como ilimitado, incontrolable, imprevisible e intangible, especialmente frente al disfrute del momento.

Entonces si es difícil comprender que a la imaginación como infraestructura social, es decir, como patrimonio y ejercicio del poder político de unos sobre otros y para beneficios desiguales y excluyentes. Tema que no se puede dejar de asumir sin intención como algo espontáneo y no previamente decidido, intencionado, pactado, realizado, controlado, medido y evaluado en sus procesos. Esto es, lejos e independiente de una política emocional. Política emocional en la cual la intención de sentir y de hacer sentir tal, está en el centro de cada hacer financiero. Puede discutirse, pero esto está creando otro tipo de infraestructura y es realmente algo tremendo.

Al respecto conviene hacer algunas aclaraciones sobre las externalidades. Si en términos esquemáticos y simples, las emociones que causan las infraestructuras físicas, tangibles, construidas, se llaman “externalidades económicas” y que pueden ser de carácter positivo o negativo, según las (des)ventajas de la infraestructura de que se trate, para los vecinos afectados o implicados (in)directamente, en realidad las emociones hechas infraestructura tienen sobre todo, una intencionalidad, siempre política, que reditúa tan directa y ostensiblemente como lo hace cualquier otra infraestructura y la obra física misma. Son inseparables.

Aunque la racionalidad económica del costo beneficio, tendía a minimizarla, desconocer y descontar los “impactos” emocionales, en la actualidad ya no puede seguir así. ¿Por qué?, porque las emociones del anonimato de las masas pueden ser reducidas o ampliadas a voluntad, en tanto que se han vuelto insumos financieros y parte irreductible del costeo de cualquier hacer financiero. Incluso hay ya una ideología que completa este marco estructural: más que el pensamiento económico imbuido en todos junto con el afán de ganar o perder, se trata del sentir preferencia por lo redituable, por lo que conviene y que iguala a pobres como ricos, en el mismo acuerdo del sentir y con el mismo parecer moral de “lo mejor”, por lo que simplemente se ha vuelto ideología dominante.

El asunto es complicado porque el intercambio, los actos de comprar y vender que cualquier infraestructura promovía, hoy, como se cristaliza con el mundial del fútbol, ya también desmaterializa ese intercambio de bienes, servicios, de afectos, preferencias y, prácticamente, de cualquier parecer mediante percepciones normalizadas. Más que de una nueva industria del sentir, del espectáculo, se trata de una infraestructura propiamente edificada *para* la gestión emocional. De una gestión de las externalidades, practicada a partir de una infraestructura emotiva y sensorial que, si bien nos reduce también nos exalta, en cuanto cosas. Tal como lo que pone de manifiesto el fútbol jugado en este mundial.

Homogeneización de los sentimientos, quizá sí, también uniformidad de la conducta y las respuestas de la individualización, el consumismo, la indiferencia, el adormecimiento. Uniformidad de

conductas, sin duda control, manejo, gestión de las sensibilidades. Pero, en todo esto, no es tan evidente esa dialéctica de desmaterialización de la infraestructura física del control social, vigente hasta hace poco, y la nueva materialización de la intersubjetividad social como infraestructura *para* la gestión emocional.

Esta subjetivación de la materialidad en lo que consistía la vida económico social tiene, cada vez más, mayores efectos inversos. ¿Por qué? Porque las emociones intencionadas como algo a provocar – como auténticas políticas emocionales– se vuelven territorio material y directo de la administración del poder político y social. Se trata de una auténtica *mega infraestructura* de la intersubjetividad. Para nada importa que sea inconmensurable o intangible, invisible o digital, porque se “construye” y sus dimensiones se calculan por los efectos, de la eficacia *del manejo de las audiencias del mundial, del ensueño masivo del sometimiento al juego del fútbol, mediante el cual se ejercen* mando y control –inevitablemente políticos, masivos y anónimos– *sobre* los cerebros de la especie humana. Esto implica enormes cambios planetarios en la previsión, control y mando de las conductas.

Conclusiones. La financiarización del mundial de fútbol, promueve un sujeto social gestionado experimentalmente mediante infraestructuras tradicionales y a través de la edición de otros recursos para la gestión de las sensibilidades

Infraestructura física de ciudades, de carácter público y privado, así como una intensa gestión masiva y mundial de las sensibilidades, son aprovechadas para el gran negocio financiero del mundial 2026. Entre las implicaciones de la integración enormes recursos y de diversas fuentes de energías sociales para alentar el negocio del mundial del fútbol, a lo largo de estas reflexiones se han destacado las siguientes tres:

1) La reconfiguración del sujeto jugador-y-espectador mediante la integración mundial de audiencias formadas tanto por aficionados como por los innumerables implicados en el espectáculo. Durante el torneo inicial fueron más de 100 millones de espectadores simultáneos a nivel global –con audiencias acumuladas en televisión, plataformas digitales y redes sociales, que a lo largo del torneo superan los 6,000 millones de espectadores. “Cifras destacadas incluyen una audiencia de 1,200 millones en la inauguración y récords de consumo digital, consolidando el evento como un motor financiero histórico.” (El Universal, 2026)–, por lo que sobresale:

El contexto mundial de las citadas 16 ciudades y las 5 semanas del torneo, con fechas del 11 de junio al 19 de julio, 2026, en el que atestiguamos una dinámica futbolística masiva, con otro sujeto que si disfruta ampliamente de los partidos, ignora las fuerzas de control ejercidas sobre su psique, quien desconoce la opresión provocada por el desvanecimiento del otro. Esto implica, entre otros efectos auto infringidos, la vuelta hacia adentro y asimilación de los sentimientos (parcial y selectivamente auto

mutilados), con consecuencias compartidos de una muy violenta reducción emotiva y sensorial, seguramente característica del manejo de infraestructura(s) de la gestión de las sensibilidades en curso.

2) A medida que desde las redes sociales también se juegan los partidos en unos 220 territorios conectados en todo el planeta, el torneo combina el espectáculo directo realizado en los estadios con la transmisión tradicional. “... con un auge de formatos cortos, creadores de contenido y plataformas digitales, permitiendo a los aficionados vivir una experiencia inmersiva y altamente interactiva.” (FIFA, 2026).

Pero, así como se expande insólitamente el manejo de infraestructura tecnológica y urbana en una red a escala planetaria –por “... el uso de microcentros de datos en los estadios para procesar hasta 54,000 TB de información, redes de fibra óptica, transmisiones hacia el IBC en Estados Unidos y el despliegue de obras de movilidad y transporte urbano en las sedes.” (Romero, 2026)–, también se multiplican las implicaciones de transformaciones psicológicas sociales que afectan a la afición al igual que a todos los implicados en esta reconfiguración del sujeto social planetario y que subrayan:

3) la emergencia de una masa anónima, colectiva y planetaria, auténticamente futbolera, que vuelve a su agregado compartido de *persona, imagen, intersubjetividad* (Scribano, 2008: 81), el constituirse como objeto experimental de inédita escala de la gestión emocional que contradictoriamente extrema explosión/implosión de los sentimientos, con exaltación y colapso, hiperactividad y ansiedad, depresión y pérdida de soberanía, con mayores exigencias muy difíciles de sobrellevar. El mundial provoca entretenimiento, sublima y distrae a la afición de sus preocupaciones diarias. *Reúne a grupos y familias y amigos, incluso desconocidos que, mucho más que con otras convocatorias como las de los movimientos sociales, despliegan las infraestructuras materiales y emocionales de su propiedad y a su alcance para coincidir masiva, anónima e involuntariamente en una escala planetaria para el disfrute del mundial*, pero con esto, también causa agotamiento y fatiga emocional.

Con base en estas implicaciones sociales del mundial, a manera de conclusión se propone que la infraestructura aprovechada por el mundial 2026, aumenta los rendimientos de la inversión de la FIFA, porque se aprovechan bienes y servicios públicos que son parte de la infraestructura física de las ciudades –como estadios, aeropuertos, terminales de transporte, recursos informáticos– así como los equipos e instalaciones, capacidades y conocimientos técnicos y comunicativos, disponibles en los hogares de las audiencias y de la afición.

Así mismo, se presentan ámbitos (in)flexibles de la infraestructura convencional y de otros aspectos e incidentes que pueden corresponder a una creciente infraestructura paralela virtual que, nos sugieren la emergencia de otros contenidos y límites requeridos para la gestión emocional de escenarios planetarios como los promovidos por la FIFA con el mundial 2026; y que ponen de relieve la

reconfiguración del sujeto social del que se esfuma el sentimiento de opresión externa y se reemplaza por auto mutilación emocional de las sensibilidades que le atribuían ser una parte de algo con todos los demás; y que se reconfigura mediante la explotación de sí mismo, instaurando por su cuenta esa mayor fuerza restrictiva de sus determinaciones autónomas.

Por último, puede señalarse la emergencia de supra territorios coincidentes con los bordes tele comunicativos demarcados por emociones artificiales que, si bien reducen sensorialmente al sujeto social masivo, paradójicamente nos integran a todos como sujetos híper informados e híper invisibles. Lo cual violenta sin medida esta tendencia de desterritorialización del sujeto social, en curso, como mecanismo que desliga a este sujeto, en el que todos nos sumamos (in)voluntariamente: a través de nuestra propia corporalidad o sea de nuestras propias emociones-cuerpos, cristalizada mediante todos y cada uno de nuestros cuerpos (ya desprovistos de emociones ya sin órganos, prácticamente tan inorgánicos como inmortales).

Colectivización del sujeto, seguramente ya desprovisto de gran parte de sus límites y contenidos. Que a merced del mundial, si no sucumbe posiblemente, sí se reconfigura en medio de esa transformación que lo (nos) vuelve consumidores insaciables, incapaces de satisfacción, hechos terribles que, sin embargo pudieran cambiar sus implicaciones de sentido. Extremos de este abismo pueden provocar que durante el mundial no sólo nos reconfiguremos sin cuerpos, sin emociones, sino que no notemos la diferencia.

A esta posibilidad de sentir(nos) como parte del otro o de los otros, justo con todo y lo perdido con el mundial del fútbol por la mediación cautivante y restrictiva de esa gestión de las infraestructuras intersubjetivas, emocionales, se necesita distinguir con una gran determinación que a pesar de todo, se mueve algo de esa libertad genuina, subyacente al gozo y al disfrute de jugar, irreductible por la financiarización del capitalismo, simplemente porque nos es intrínseca y natural a todos.

Bibliografía

- Aub, Max (20 de junio de 2027). Mundial de fútbol: el impacto económico y político. *El Universal*.
<https://www.eluniversal.com.mx/mundo/mundial-de-futbol-el-impacto-economico-y-politico/>
- Camarena Luhrs, M. y Salgado, S. M. (12 de junio de 2026). *Implicaciones del mundial en la CDMX*. IIS-UNAM. <https://www.iis.unam.mx/blog/implicaciones-del-mundial-en-la-cdmx/>
- Camarena Luhrs, M. (2022). Financiarización en los extremos de América del Norte. En C. Maya y Meireles, M. (Eds.), *Financiarización, comercio y desarrollo: cambios en las estructuras de América del Norte* (pp. 15-34). UNAM.
- Carrión Mena, F. y Cepeda, P. (2022). La espacialidad de la violencia del fútbol. *Cuestiones Criminales*, 5(9).
<https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/%25f/agora/files/FA-AGORA-2022-Carrion-Cepeda.pdf>
- Solorza, G. (12 de junio de 2026). *Inauguración del Mundial 2026 alcanza audiencia histórica; contabilizan cerca de mil 200 millones de espectadores*. <https://www.eluniversal.com.mx/tendencias/inauguracion-del-mundial-2026-alcanza-audiencia-historica-contabilizan-cerca-de-mil-200-millones-de-espectadores/>
- Fábregas Puig, A. (11 de junio de 2026). El fútbol actual: un apunte/una reflexión. *Blog Chiapas Paralelo*.
<https://www.chiapasparalelo.com/noticias/2026/06/el-futbol-actual-un-apunte-una-reflexion/>
- Fédération Internationale de Football Association (FIFA) (11 de junio de 2026). *Las asociaciones de retransmisión de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ establecen un nuevo referente mundial con alcance e innovaciones de récord*". Comunicado de prensa. <https://inside.fifa.com/es/tournament-organisation/commercial/fifa-tv/media-releases/asociaciones-retransmision-copa-mundial-2026-establecen-nuevo-referente-alcance-record>
- _____ (10 de diciembre de 2024). *La Copa mundial de la FIFA 2026 generará unos 3,800 millones de dólares canadienses en ingresos económicos para Canadá*.
<https://inside.fifa.com/es/organisation/news/copa-mundial-26-generara-3800-millones-dolares-ingresos-economicos-canada>
- González, J. S. (20 de junio de 2026). Mundial de Fútbol. El negocio redondo del Mundial: así se asegura la FIFA millones de beneficio frente al riesgo que corren los anfitriones. *El País*.
<https://elpais.com/deportes/mundial-futbol/2026-06-20/el-negocio-redondo-del-mundial-asi-se-asegura-la-fifa-millones-de-beneficio-frente-al-riesgo-que-corren-los-anfitriones.html>
- Guarneros Olmos, F. (11 de junio de 2026). Tecnología. Los estadios del Mundial procesarán el equivalente a 540,000 películas en sus propios centros de datos. *Expansión*.

<https://expansion.mx/tecnologia/2026/06/11/estadios-mundial-2026-tendran-propio-centro-datos>

Gutiérrez, U. (26 de junio 2026). Evidencian expertos que el Mundial no potenció la capacidad en las sedes. *A21*. <https://a21.com.mx/destacado-principal/2026/06/26/evidencian-expertos-que-el-mundial-no-potencio-la-capacidad-en-las-sedes/>

Herrera, P. (22 de mayo de 2026). Los efectos psicológicos de ver fútbol. *Revista UNAM global*. https://unamglobal.unam.mx/global_revista/los-efectos-psicologicos-de-ver-futbol/

López Rodríguez, P. (11 de junio de 2026). ¿Gol para la economía? Los efectos del Mundial 2026 en México, *Animal Político*. <https://grupoanimal.mx/opinion/economia-efectos-mundial-2026>

Olarte, S. (2026). Mundial 2026 – El Fútbol, la Estructura de la Economía y el Impacto Económico. *BLADEx*.

https://www.bladex.com/index.php/es/Mundial_2026_%20El%20Futbol_la_Estructura_de_la_Economia_y_el_Impacto_Economico#:~:text=Sergio%20Olarte&text=Pr%C3%B3ximamente%2C%20comenzar%C3%A1%20el%20Mundial%20edici%C3%B3n,mitad%20del%20PIB%20de%20Panam%C3%A1.

Peláez, M. (3 de junio de 2026). Mundial 2026 supera los 5 millones de asistentes y rompe récord histórico. *La Jornada*. <https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/06/30/mundial/mundial-2026-supera-los-5-millones-de-asistentes-y-rompe-record-historico>

Redacción de IT Sitio (23 de junio de 2026). *Mundial 2026: así funcionarán los microcentros de datos que procesarán 54.000 TB de información*. <https://www.itsitio.com/mx/infraestructura/mundial-2026-asi-funcionaran-los-microcentros-de-datos-que-procesaran-54-000-tb-de-informacion/>

Román, H. (5 de junio de 2026). El fútbol puede afectar la salud mental: La UNAM lo explica. *El Sol de Zacatecas*. <https://oem.com.mx/elsoldezacatecas/ciencia-y-salud/el-futbol-puede-afectar-la-salud-mental-la-unam-lo-explica-30559828>

Romero, F. (12 de junio de 2026). La infraestructura satelital y el Mundial 2026. *A21*. <https://a21.com.mx/opinion/cafe-espacial/2026/06/12/la-infraestructura-satelital-y-el-mundial-2026/>

Scribano, A. (2008). *El proceso de investigación social cualitativo*. Prometeo Libros.

Sheehan, R. (10 de junio de 2026). Cómo gana la FIFA miles de millones de dólares con cada Mundial y por qué las entradas son cada vez más importantes para sus ingresos. *BBC News*. <https://www.bbc.com/mundo/articles/cy8d7p71p7po>

TeleSUR a la Carta (11 de junio 2026). *Impacto Económico. Copa mundial de la FIFA. Derrama económica ¿Por qué?* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=E7v1zRrYcmk>