



Un mismo terreno de juego para todas y todos, por Sergio Ferrari

Posted on Julio 16, 2025

Subestimado hasta hace apenas algunos años, el fútbol femenino se impone aceleradamente. La Eurocopa que se está disputando en Suiza puede convertirse en la edición de todos los récords. Sin embargo, la igualdad sigue siendo una lucha de largo aliento también en este deporte.

Dieciséis selecciones nacionales del continente se disputan del 2 al 27 de julio la coronación en la escena europea. Algunas, como la española, ya tienen particular prestigio porque ganó la última Copa Mundial femenina en 2023. Otras, como Inglaterra, luce la corona de la Eurocopa (o EURO) precedente de 2022. Gran animadora también, Alemania, casi hegemónica a nivel continental con 8 de los 13 títulos de campeona europea desde que en 1984 se inició esta competición a nivel femenino, suma además dos preseas mundiales en 2003 y 2007. Sin olvidar la misma Noruega, verdadero referente desde tiempo en la especialidad, con dos galardones continentales y uno mundial en su haber. En la clasificación femenina de la FIFA (Federación Internacional del Fútbol Asociación), España es segunda detrás de Estados Unidos. Alemania tercera, apenas por delante de Brasil, en tanto Inglaterra ocupa el quinto puesto. Con Suecia sexta y la ascendente Francia décima, el Viejo Mundo se muestra hegemónico, por el momento, en el rubro futbolístico femenino.



Explotan récords

Suiza puso a disposición de esta nueva Eurocopa sus principales estadios. El de Basilea, con más de 38 mil asientos; el Wankdorf, en Berna, que en los tres partidos que ya hospedó logró reunir 30 mil espectadores en cada uno, y los de Ginebra y Zúrich, apenas más pequeños que el de la capital. Algo menores, los de San Galo, Lucerna, Sion y Thun.

Según la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA), aun antes de comenzar esta competición ya se habían vendido unas 600 mil entradas –casi el 90% del total disponible– para los 31 partidos. Todo un récord en la historia de esta competición, con particular significado dado que Suiza cuenta con menos de 9 millones de habitantes. Récord que pulveriza el del EURO anterior, en Inglaterra, con una población seis veces superior a la de la nación alpina, y significa un gran salto de asistencia que parece darle razón a la política de precios relativamente “económicos” de las entradas, de entre 26 y 42 euros (30 y 49 dólares).

En consonancia con esta tendencia en aumento de espectadores en los estadios y de televidentes por todo el mundo, en esta ocasión la UEFA distribuirá 41 millones de euros (48 millones de dólares), muy por arriba de los 16 millones de euros (casi 19 millones de dólares) en 2022. Cantidades notables y, sin embargo, apenas una sombra de los 330 millones de euros (386 millones de dólares) que esta misma entidad distribuyó el año pasado entre las 24 federaciones que participaron en el último EURO masculino, en Alemania.

(<https://es.uefa.com/womenseuro/news/029a-1e17ead43748-3e2b92dee4ad-1000-record-de-premios-en-la-euro-femenina-de-la-uefa-2025/>).

También significarán una plusmarca los 130 millones de euros (152 millones de dólares) que la Eurocopa le generará a la UEFA. Según el cotidiano suizo Neue Zürcher Zeitung (NZZ), este monto representa el doble de las ganancias del torneo anterior en Inglaterra y diez veces más que las de la edición de 2017 en los Países Bajos.



El entusiasmo que desata la competición continental en el público es evidente. El domingo 6 de julio, poco antes del partido entre Suiza e Islandia en la ciudad de Berna, la hinchada local protagonizó una caminata por el centro histórico hasta el estadio Wankdorf, con más de 15 mil participantes. Esta marcha también marcó un récord a nivel nacional para este tipo de convocatorias deportivas con acento femenino. Según el NZZ, son cifras que comprueban el interés popular por esta competición internacional, algo que no

ocurre cuando se trata de las ligas nacionales. “La Super Liga Femenina suiza”, acota el periódico NZZ, “se encuentra en una relativa oscuridad, prácticamente ignorada por la prensa y el público”. Ejemplo de ello fue la última final helvética, el 17 de mayo pasado, entre los equipos de mujeres de Young Boys de Berna y Grasshopper de Zúrich en ese mismo estadio, con una asistencia de solo 10 mil personas. Apenas siete semanas más tarde, unas 30 mil personas se reunieron en ese lugar para el partido en que la selección suiza derrotó 2 a 0 a su par de Islandia en la fase de grupos, eliminándola del torneo.

Otros tiempos

Franziska Schild (47 años) fue empleada en el sector futbolístico de la Asociación Regional Berna-Jura y hoy dirige la sección femenina del capitalino Young Boys, uno de los clubs más importantes del país. Jugó al fútbol al más alto nivel en su juventud y varias veces integró la selección helvética alrededor del 2000. En una reciente entrevista con la periodista Theodora Peter, publicada por la revista Panorama Suizo, Schild recuerda que en aquel entonces el fútbol femenino era aún muy amateur: “Nos daban [solamente] un billete de tren para el viaje y dos pares de botines al año”. Por otra parte, las futbolistas usaban las camisetas que ya habían utilizado antes sus pares de la selección masculina, las que lucían de forma poco estética alrededor de sus cuerpos, ya que las camisetas específicas para mujeres deportistas aún no existían. En esos años, recuerda Schild, el fútbol femenino era a veces objeto de burla, “pero no nos importaba lo que dijera la gente; solo queríamos chutar el balón”.

El mismo club Young Boys, cuyo primer equipo de mujeres ganó el reciente campeonato nacional, hace apenas diez años había decidido desprenderse del fútbol femenino por considerarlo poco rentable. Los tiempos, concepciones y estrategias han variado aceleradamente, como lo evidencia la decisión del club de destinar 40 millones de francos (50 millones de dólares), casi todo el beneficio obtenido en 2024 por su participación en la Champions League, a la construcción de un predio y centro deportivo esencialmente para las futbolistas y la juventud.

De igual forma que sucedió en Inglaterra con el impacto multiplicador de la Eurocopa en 2022, la Asociación Suiza de Fútbol (ASF) considera al actual campeonato continental como un trampolín de futuro para promocionar el fútbol femenino. Para 2027 se propone duplicar la cantidad de jugadoras en todas las edades, que pasarían de 40 mil a 80 mil, y pretende aumentar significativamente la cantidad de clubes, especialmente a nivel de pequeñas localidades y regiones, que incorporen en su actividad un sector especial dedicado al fútbol femenino. En la actualidad las mujeres representan solo el 12 % de las aproximadamente 340 mil personas de todas las edades y sexos matriculados en numerosos equipos en el país. La ASF busca también a corto y mediano plazo aumentar la cantidad de organizadoras, árbitros mujeres y entrenadoras en todo el país.



Igualdad, tarea pendiente

La Eurocopa que se disputa en Suiza reúne una gran parte de las jugadoras más célebres y entre las mejores remuneradas del planeta.

Algunos de los equipos más destacados de Europa nutren las selecciones que llegaron a Suiza: el Barcelona aporta 17 jugadoras, el Bayern de Múnich 16, Juventus y Chelsea 14 miembros de su plantel, en tanto el Arsenal y el Eintracht Frankfurt “prestan” 10 de sus jugadoras.

A pesar de no contar con cifras realmente oficiales y actualizadas, el año pasado el diario deportivo español As ya mencionaba a la jugadora del Barcelona Aitana Bonmatí a la cabeza de los salarios del continente con cerca de un millón de euros anuales (1.17 millones de dólares). Su compatriota y compañera de equipo, Alexia Putellas, 700 mil euros; la australiana Sam Kerr, del Chelsea, 538 mil euros;

la inglesa Keira Walsh, también del Chelsea, 457 mil, y la noruega Ada Hegerberg, del Olympique Lyonnais y capitana de su selección, 398 mil. Cifras que suenan enormes pero que se relativizan en el gran mundo del fútbol-negocio y los sueldos astronómicos de sus pares masculinos.

Por ejemplo, el ingreso anual de varios barcelonistas, como Robert Lewandowski, cuyo salario ronda los 33 millones de euros, mientras que el de Frenkie De Jong es de 19 millones, y el de la joven estrella Lamin Yamal, 17 millones apenas cumplidos sus dieciocho años. Todavía muy por encima, los 55 millones del madridista Vinicius Jr. o los 90 millones de su compañero de equipo Kyliam Mbappé.

Aunque es casi imposible hablar de cifras exactas y diferenciar salarios de ingresos adicionales, bonos y contratos publicitarios con grandes empresas, el sitio Statista, que retoma información de Forbes, calcula que los ingresos totales de los diez jugadores mejor pagos del mundo en la temporada 2024-2025 giran en torno de 840 millones de euros (unos 983 millones de dólares). Primero en la lista, Cristiano Ronaldo, seguido de Messi, Benzema, Mbappé, Neymar, Haaland y Vinicius Jr.

Lejos del micromundo salarial de las estrellas femeninas y aún más distante del de las celebridades masculinas, la realidad cotidiana de miles de futbolistas mujeres es otra. Como lo señala un informe de marzo de la FIFA, el salario anual promedio de las jugadoras, si se tiene en cuenta todos los países, es de unos 9.300 euros (10.900 dólares). Sin embargo, esta media no toma en cuenta que tan solo dieciséis de los clubs más ricos en siete países les pagan a sus jugadoras cinco veces más que eso, aproximadamente 42.700 euros (50.000 dólares) anuales cada una. En realidad, el salario promedio de la gran mayoría de las jugadoras a nivel mundial es 5.125 euros (unos 6.000 dólares) anuales, y en muchos casos, todavía menos.

Los estadios suizos repletos de un público entusiasta y motivado no pueden esconder varias contradicciones actuales en el mundo del fútbol.

La primera, significativa: la enorme distancia entre los ingresos de las estrellas masculinas y los de las celebridades femeninas (30, 40, incluso 50 veces).

La segunda, esencial: los salarios tremendamente bajos de la gran mayoría de los 13 millones de futbolistas mujeres en todo el planeta.

La tercera, existencial: la que lleva a la reflexión de fondo sobre el modelo más equitativo y lógico que debería guiar el desarrollo acelerado que está viviendo el fútbol femenino en Europa y en otras regiones del mundo. Si la brújula de este crecimiento consiste, en nombre de la igualdad, en competir con el fútbol masculino simplemente para ganar una mayor parte del mercado, solo se acrecentará la tendencia de este deporte como gran negocio en pocas manos. Y en este escenario, la mayoría de los 13 millones de mujeres matriculadas en algún equipo seguirá, como hasta ahora, con salarios de hambre.

Sergio Ferrari, Periodista argentino, radicado en Suiza, donde colabora regularmente con medios helvéticos, europeos y latinoamericanos. Autor o coautor de varios libros, entre ellos “Sembrando Utopía”, “Nicaragua: L’aventure internationaliste”; “El otro lado de la mirilla”; “Leonardo Boff: Anwalt der Armen” (Leonardo Boff, abogado de los pobres). Colaborador de elmaipo.cl

El Maipo