Clube-empresa no Brasil: um fenômeno geográfico[1]

DOI: 10.54446/bcg.v11i2.537

Jonathan Ferreira[2], *Luciano de Campos Prado Motta*[3]

Resumo

Este artigo analisa a emergência dos clubes-empresas no território brasileiro, a partir da lógica neoliberal e do período de financeirização da economia mundial. Por clube-empresa, entende-se uma entidade de prática desportiva que adota como tipologia jurídica o modelo de sociedade empresarial. O surgimento desse fenômeno está diretamente relacionado com a conjuntura econômica e, especialmente no Brasil, apresenta-se como um fenômeno geográfico de característica ímpar. A pesquisa oportunizou o levantamento de todos os clubes-empresas brasileiros, chegando-se a mais de uma centena. A partir dessa sistematização e do cruzamento de outros dados (capital social, proprietários, competições participantes, etc.), foi possível, de modo geral, determinar que os clubes-empresas: (i) estão localizados em regiões de maior densidade técnica-informacional; (ii) são clubes com baixo investimento financeiro; (iii) e, apoiados em pessoas físicas, voltados estritamente a uma lógica de acumulação incipiente.

PALAVRAS-CHAVE: clube-empresa, distribuição espacial, geografia e futebol.

1 Este artigo é uma versão revisada de um texto publicado nos Anais do XIV Encontro Nacional da Associação de Pesquisa e Pós-Graduação em Geografia (Enanpege), realizado em 2021.

2 Mestrando em Geografia na Universidade Estadual Paulista (UNESP), campus de Rio Claro. Bolsista CAPES. E-mail: jonathan.ferreira@unesp.br. ORCID: https://orcid.org/0000-0003-4596-536X.

3 Doutorando em Direito Societário na Universidade de Salamanca (USAL), Espanha. E-mail: lucianopmotta@gmail.com. ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1359-3445.

Introdução

O presente artigo analisa a emergência dos clubes-empresas no território brasileiro, a partir da lógica neoliberal e do período de financeirização da economia mundial. Clube-empresa pode ser definido "como aquele ente de prática desportiva que adota um modelo de sociedade empresarial como tipologia jurídica" (MOTTA, 2020, p. 49)[4], pressupondo, frequente e historicamente, ser uma alternativa para reverter crises financeiras que clubes enquanto associação acarretaram ao longo dos anos.

Entre as décadas de 1970 e 1980 o futebol sofreu mudanças mais profundas e aceleradas decorrentes do "giro neoliberal" (HAAG, 2013, p. 61). Foi justamente nesse período que se observou, principalmente na Europa (Itália, França, Espanha, Portugal, etc.), uma intensificação da constituição ou mesmo "transformação" de clubes de futebol, historicamente formatados sob o modal associativo, para a tipologia empresarial (MOTTA, 2020).

No Brasil, notadamente no estado de São Paulo, a partir dos anos 2000, registrou-se a fundação de diversas agremiações adotando dessa tipologia jurídica, que disputavam as Séries "C" e "B" dos campeonatos nacionais, tais como: Américo Esporte Ltda. (SP), Brasilis Futebol Clube Ltda. (SP), Clube de Futebol Boa Vista Ltda. (SP), Futebol Clube Primeira Camisa Ltda. (SP), Red Bull Futebol e Entretenimento Ltda. (SP) e Roma Esporte Clube (SP). Esses clubes são caracterizados por "não terem torcida" e serem especificamente voltados à lógica financeira empresarial (MARQUES, *et. al.*, 2009).

A emergência dos clubes-empresas é dada, corrente e tradicionalmente, enquanto oportunidade de alavancar o sucesso clubístico como o novo em detrimento de um modelo considerado velho. Este, pautado na ideologia do *fair play* e com ideário amador, passa a ser questionado "como o responsável pelas causas das agruras financeiras dos clubes de futebol, com alguma força, pelos veículos da imprensa em nome da profissionalização dos dirigentes e da defesa do modelo profissional de gestão esportiva" (ROCHA, 2013, p. 68).

Sinteticamente, objetiva-se neste artigo responder a três questões fundamentais: (i) se a eclosão dos clubes-empresas no Brasil pode ser considerada um fenômeno geográfico; (ii) quantos clubes-empresas efetivamente existem no Brasil, bem como a sua distribuição territorial; (iii) quais são as principais características dos clubes-empresas, notadamente, àqueles localizados no principal polo econômico do país.

Nesse sentido, para responder à pergunta de como os clubes-empresas se manifestam dentro do território brasileiro e trazendo um recorte para o estado de

4 Em uma dimensão *lato sensu*, abarcando, inclusive, as sociedades simples, que, tecnicamente e por peculiaridade legislativa nacional não são consideradas sociedades empresárias.

São Paulo, o presente artigo se estrutura em três partes, além da introdução, metodologia e considerações finais.

Na primeira seção é realizado um levantamento histórico e conceitual sobre os clubes-empresas, buscando, sinteticamente, compreender quais motivações econômicas e políticas (incluindo instauração de leis) estão por detrás desse fenômeno. Em uma perspectiva geográfica, no segundo item, objetiva-se tratar da espacialização dessa tipologia de clubes dentro do território nacional, trazendo a questão do fenômeno técnico enquanto elemento fulcral para essa compreensão. Por fim, cuida-se, especificamente, sobre os investidores dos clubes no estado de São Paulo, buscando, a partir da análise do capital social de investimento, traçar o grau de profundidade desses investimentos no estado.

Metodologia

O estudo foi realizado a partir de um levantamento dos clubes de futebol profissionais existentes em todo o território brasileiro. Este já foi o primeiro grande desafio, por algumas razões.

A primeira delas é que a legislação nacional não disciplinou o quê e nem quais seriam os critérios para se determinar que um clube de futebol fosse considerado profissional ou não profissional (vulgarmente também denominado "amador")[5].

Em segundo lugar, e mais importante, o sistema de filiação de clubes de futebol é exercido de forma descentralizada, cabendo a cada entidade de administração de futebol estadual (ex. Federação Paulista de Futebol [FPF], Federação Mineira de Futebol [FMF], etc.) dispor os critérios e as condições necessárias para um clube de futebol se inscrever e, dessa forma, adquirir uma "licença profissional", isto é, um número de inscrição específico, na qualidade "profissional", que o habilite a disputar as competições oficiais, a nível profissional, organizadas pela entidade de administração estadual respectiva.

Exemplificando, na FMF, os clubes profissionais e os não profissionais podem se filiar. Entretanto, a filiação de clubes profissionais está condicionada a, dentre outros critérios ordinários: (i) explicitar em seu estatuto se adota ou não a modalidade profissional; e, (ii) ao pagamento de uma taxa denominada "taxa de aprovação de Estatuto e filiação de associação praticante do Futebol Profissional", no importe de R$ 600.000,00 (FMF, 2020).

Para piorar, a entidade de administração de futebol nacional, ou seja, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), não tem controle dinâmico, racionalizado e atualizado de quantos clubes de futebol profissionais existem no país[6].

---

5 A legislação (art. 3º da Lei n. 9.615/1998) simplesmente distingue o desporto de alto rendimento, podendo ser organizado e praticado de modo (i) profissional e (ii) não profissional. (BRASIL, 1998), para além da classificação disposta no art. 217 da Constituição Federal.

6 A metodologia utilizada no Relatório do Futebol Brasileiro, encomendado pela CBF junto à EY reflete esse aspecto (CBF, 2019, p. 68).

E, por fim, dentre as inúmeras agremiações desportivas espalhadas pelo país que possuem uma "licença profissional", várias estão simplesmente inativas há anos, algumas há mais de décadas. Em outras palavras, há clubes de futebol com "licença profissional", mas que não estão "funcionando"; e que a qualquer momento podem pleitear uma espécie de reabilitação/reativação para que possam regressar à ativa e, assim, disputar as principais competições.

Para além da taxa de filiação, para se obter uma "licença profissional", em regra, existe a chamada "taxa de renovação de licenciamento", que, a depender da entidade de administração desportiva, deve ser paga anualmente, mesmo que a agremiação não dispute qualquer competição. Novamente como exemplo, na FMF, se um clube ficar mais de 10 anos sem participar de alguma competição a nível profissional, deverá pagar uma taxa de R$ 200.000,00 caso queira se reabilitar.

Diante de tantas especificidades e ausência de critério uniforme, como ponto de partida e com o objetivo de catalogar os clubes de futebol profissionais do Brasil, para delimitar parâmetros técnicos e mais eficientes, foi necessário estabelecer dois critérios: (I) o clube deve possuir uma licença desportiva profissional; e (II) encontrar-se ativo. Como forma a preencher ambos, foram considerados somente aqueles clubes de futebol, que nos últimos quatro anos (2018, 2019, 2020 e 2021) participaram em alguma competição "profissional" organizada pela entidade de administração de futebol local (equipe principal e/ou categoria de base).

Para obter esse dado, foi necessário visitar os *websites* de todas as entidades de administração de futebol estaduais, no qual são disponibilizados os dados de clubes filiados e dos participantes das respectivas competições locais. A partir dessa sistematização, foi possível buscar no *website* da Receita Federal o cadastro jurídico desses clubes para verificar quais são associação e quais são clubes-empresas (*lato sensu*).

Após a catalogação dos clubes, foram realizados dois mapas no software livre QGIS, para compreender a distribuição desse novo modal no território brasileiro. O primeiro mapa é referente a distribuição no país por Unidades de Federação e o segundo refere-se aos clubes-empresas existentes no estado de São Paulo.

Para analisar os clubes-empresas de São Paulo, foi necessário solicitar à Federação Paulista de Futebol os dados dos clubes filiados e seu CNPJ[7]. Nessa análise em específico, ademais, foram levantados os reais proprietários dos clubes-empresas no estado. Para tanto, foi realizada uma investigação de todos os instrumentos jurídicos (contratos sociais ou estatutos sociais) na Junta Comercial do estado de São Paulo.

7 Destaca-se, que essa foi a única federação a fornecer oficialmente esses dados e, portanto, não foi necessário proceder uma busca no *website* da entidade.

Alternativa ao excedente de capital

Na atual fase de mundialização do capital (CHESNAIS, 1996), caracterizada pela livre circulação da mercadoria, arrefecimento das condições do trabalho assalariado, aumento da competição e financeirização da economia, o futebol vem ganhando novas configurações e adquirindo novas espacialidades. Com a necessidade de aumentar sua receita, os clubes passaram adquirir diferentes estratégias de mercado, tais como: abertura de capitais, parcerias com grandes empresas, transformação dos jogos em espetáculos, construção de novos estádios, entre outras.

O futebol não escapa à interpenetração das ideologias e corporações econômicas dominantes do mundo capitalista globalizado (GIULIANOTTI; ROBERTSON, 2009). Foi no período entre as décadas de 1960 e 1970, que as receitas oriundas de propagandas e patrocínios passaram a ter relevância. Até o início da década de 1980, as receitas eram obtidas a partir de "venda de ingressos, comércio de comidas e bebidas, patrocínios locais, empréstimos bancários, recursos diretos obtidos por intermédio do governo local, nacional e subsídios indiretos pelo uso gratuito de estádios públicos" (MOTTA, 2020, p. 28).

O processo de financeirização da economia mundial, levara a transformações significativas dentro do futebol, sobretudo concernente aos clubes, sendo a análise dessas mudanças o fio condutor da presente pesquisa. Para melhor compreensão da proposta, faz-se destacar que as agremiações nascem, desde o século XIX, com uma forte relação com as raízes locais (GIULIANOTTI; ROBERTSON, 2009) e imbuídas do sentimento coletivo de pertencimento, como "membros de comunidades religiosas, operários de uma fábrica, estudantes de um colégio, moradores de um bairro ou de uma rua, de uma determinada cidade, ou pessoas de uma dada nacionalidade" (FONSECA, 2014, p. 133).

Com a inserção dessa nova lógica financeira mundial, os clubes vão mudando suas características a partir do momento em que passam a estabelecer relações regionais, nacionais ou, até mesmo, internacionais. Para Giulianotti e Robertson (2009), esse processo é explicado pela "glocalização" cultural, ou seja, alguns clubes, objetivando o reconhecimento além do local, estabelecem relações globais. Entretanto, entende-se que esse processo se perfaz a partir da inserção de verticalidades (SANTOS, M., 2017) nas agremiações futebolísticas, configurando, frequentemente, uma supressão das raízes locais. Esse aspecto sinaliza a complexidade das razões que justificaram a percepção desse fenômeno.

Destarte, considerando a globalização, o ganho em importância do capital portador de juros, principalmente a partir da década de 1980 (CHESNAIS, 2005) e a ascensão de governos neoliberais, o esporte de multidões passou a atrair a atenção dos grandes capitalistas financeiros, tornando-se uma alternativa de investimento em face às crises de sobreacumulação de capital (HARVEY, 2004; ARRIGHI, 2008; KARAK, 2016). Nesse cenário, configura-se a empresarização e financeirização do futebol, no qual os clubes são transformados em verdadeiras empresas transnacionais (GUILIANOTTI; ROBERTSON, 2009; LEITE JÚNIOR, 2020).

Na Inglaterra – onde, por especificidades históricas, já se adotava a tipologia jurídica de sociedade empresária –, ao longo da década de 1980, observou-se um fenômeno singular, a da "entrada dos clubes na bolsa de valores". Em 1983, o Tottenham Hotspur Football Club se tornou a primeira equipe britânica a se lançar na bolsa, através da holding Tottenham Hotspur Plc. (MOTTA, 2020). Na sequência, Itália (1981), França (1984), Espanha (1990) e Portugal (1996), cada qual seguindo uma tipologia específica, passaram, não só a visualizar o modelo de clube-empresa como o ideal para os clubes de futebol, como a obrigar a conversão das agremiações enquanto associações para sociedades empresárias. A Alemanha foi uma exceção, pois teve alta resistência referente à empresarização dos clubes nacionais. Apenas em 1998, que:

> surge a lei 50+1%, que obriga os clubes a manter a maior parte das suas ações na mão dos seus membros-torcedores, vendendo para investidores profissionais apenas o que lhe interessasse e lhe fosse necessário, sem perder o controle da instituição (SANTOS, I., 2017, p. 85).

No Brasil, a obrigatoriedade de os clubes adotarem a tipologia de clube-empresa surgiu somente com o advento da Lei Pelé[8]. Antes disso, em julho de 1993, a Lei Zico já facultativa a decisão de conversão dos clubes ("sem fins lucrativos") em uma empresa ("com fins lucrativos")[9]. Dentre outros fatores, o intuito desta foi dissociar a atividade esportiva futebolística de outros esportes existentes no mesmo clube, a fim de desenvolver uma independência financeira e administrativa, assim como fomentar a responsabilidade fiscal entre os dirigentes.

Importa elucidar o que significa os clubes serem designados "sem fins lucrativos". Podendo ser considerada uma corporação, uma "associação" tem suas características definidas pelos interesses de seus associados e constitui um "agrupamento de pessoas singulares ou naturais que visam um interesse comum" (PINTO *et. al.*, 2012, p. 269), sem objetivo de lucro individual. Isso quer dizer que toda receita gerada por uma associação não pode ser destinada a uma pessoa natural, devendo ser invertida em seu próprio objeto (SANTOS, I., 2020; MOTTA, 2020). Dessa forma, a mudança para uma sociedade empresária está assentada na "possibilidade de que os envolvidos em sua gestão possam auferir dividendos condizentes com investimentos realizados nessa sociedade" (SANTOS, I., 2020, p. 32), pelo menos do ponto de vista teórico.

Em 1998, ab-rogando a Lei Zico, a Lei Pelé foi promulgada para consolidar a questão dos clubes-empresas no Brasil. Essa nova legislação, como já afirmado, pressupôs a obrigatoriedade da "transformação" dos clubes de futebol em empresas, porém esta ordem foi revogada nos anos seguintes (PRONI, 1998; MARQUES et al, 2009; MOTTA, 2020).

8 Redação original do art. 27 da Lei n. 9.615/1998. (BRASIL, 1998).

9 Art. 10 e 11 da Lei n. 8.672/1993 (BRASIL, 1993). 7 Lê-se proprietários.

No Brasil, ao longo das últimas décadas, diversas foram as alterações legislativas atinentes ao clube-empresa. Recentemente, a última modificação criou uma sociedade empresária específica para o futebol: a Sociedade Anônima do Futebol (SAF). Por intermédio da Lei n. 14.193/21, o Poder Legislativo lançou um novo modelo, não obrigatório, alternativo, tendo como pano de fundo a constituição de incentivos e mecanismos diversos, em última análise, que conseguisse fomentar ou catabolizar a conversão dos principais clubes de futebol profissionais em SAF.

Distribuição espacial dos clubes-empresas no Brasil

Na análise da distribuição espacial dos clubes-empresas no Brasil, percebe-se que este fenômeno se concentra na região Sudeste brasileira (São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo), além de estar presente em quantidade significativa nos estados do Paraná, do Mato Grosso e no Distrito Federal. Por outro lado, o Norte e o Nordeste brasileiros apresentam pouca presença, com alguns estados não possuindo clube-empresa, por exemplo: Acre, Amapá, Maranhão, Piauí, Rio Grande do Norte, Rondônia e Roraima.

De acordo com o levantamento realizado nesse trabalho, o Brasil conta com 136 clubes-empresas distribuídos em seu território. Esse número representa 13,22% de toda quantidade de clubes profissionais analisados (1.029). Registra-se que o estado de São Paulo é o que apresenta a maior quantidade desse fenômeno, contando com 37 clubes que adotam essa tipologia jurídica.

O resultado é surpreendente. Sob o ponto de vista quantitativo e analisado de forma isolada, a quantidade de clubes-empresas no Brasil é bastante significativa, se assemelhando, nesse aspecto, ao que se observa nos principais países europeus (Inglaterra, França, Itália e Espanha). É, portanto, inverídica a afirmação de que o Brasil possui "poucos clubes-empresas" ou que essa tipologia simplesmente não "pegou".

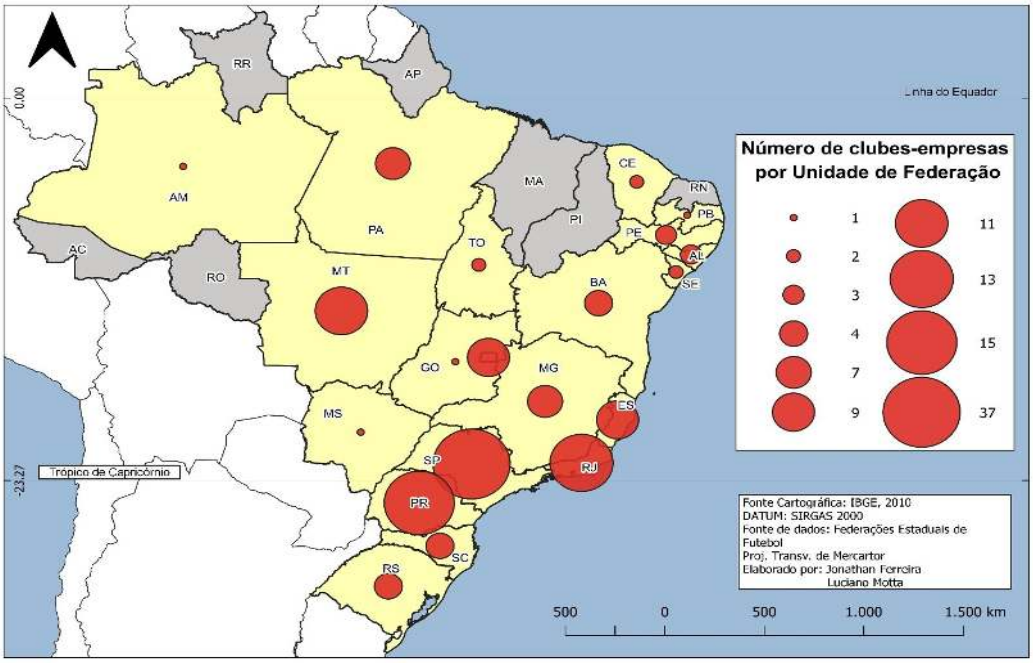
Importa salientar que não se considerou outros casos de clubes-empresas, que, embora efetivamente existiram ou existam (pelo menos do ponto de vista formal), já não se encontram desportivamente ativas. É o que ocorreu, por exemplo, com o Esporte Clube Bahia e com o Esporte Clube Vitória, dentre diversos outros.

Todavia, se é verdade que no Brasil há, em funcionamento, mais de uma centena de clubes-empresas, também é fato que, dentre as principais agremiações desportivas, ou seja, consideradas aquelas que disputam as Séries A e B (2021) da principal competição de futebol profissional nacional, somente 5% são clubes-empresas. É justamente nesse aspecto que subsiste um abismo entre a realidade brasileira e a europeia[10]. Ao se adicionar as Séries C e D (2021), completando-se o rol das divisões em que se divide o futebol brasileiro profissional, a tendência se mantêm, e apenas 3,91% adotam a tipologia de empresarial[11].

10 Todavia, não se pode olvidar que em diversos países europeus, conforme já salientado, os clubes que disputam as principais divisões adotam, obrigatoriamente, por força de lei, a tipologia de sociedade empresária.

A considerar a característica territorial dos clubes-empresas no Brasil (Mapa 1), afirma-se que esse "novo" modelo está alocado em um subespaço de centralidade econômica e financeira, o que M. Santos e M. L. Silveira (2001) denominaram de *região concentrada*. A noção de espaço geográfico enquanto "um conjunto indissociável, solidário e também contraditório de sistemas de objetos e sistemas de ações" (SANTOS, M., 2017, p. 63), permite avaliar melhor a espacialidade desse novo formato de clube.

Mapa 1. Número de clubes-empresas no Brasil por Unidades Federativas (2021)



Fonte: Elaborada pelos autores, com dados da pesquisa.

Como pode-se observar, esse novo evento, a panaceia da "transformação" de clubes em empresas, não se difunde ao mesmo tempo em todos os lugares. Assim, "o novo nem sempre chega quando é absolutamente novo" (SANTOS, M., 2014, p. 107).

> A inovação é o novo absoluto; a partir daí se conta o novo ou o velho relativo. Estes indicam distância entre o surgimento de uma variável e o ponto no tempo em que ela é implantada neste ou naquele lugar. Enquanto uma localidade está a quinze anos de uma determinada inovação, uma outra está a cinquenta anos. (SANTOS, M., 2014, p. 107).

Entretanto, a existência desse novo fenômeno técnico não se dá de forma isolada, é necessário que haja uma articulação entre os atores, sobretudo aos que comandam as normas em dada escala do espaço geográfico. Atualmente a fluidez do território é composta pelo resultado da realização indissociável entre três

11 Acresce-se na Série C o Botafogo Futebol S/A (SP) e na Série D o Ferroviária Futebol S.A. (SP) e o Leão do Vale – Cianorte Futebol Clube S/S Ltda. (PR).

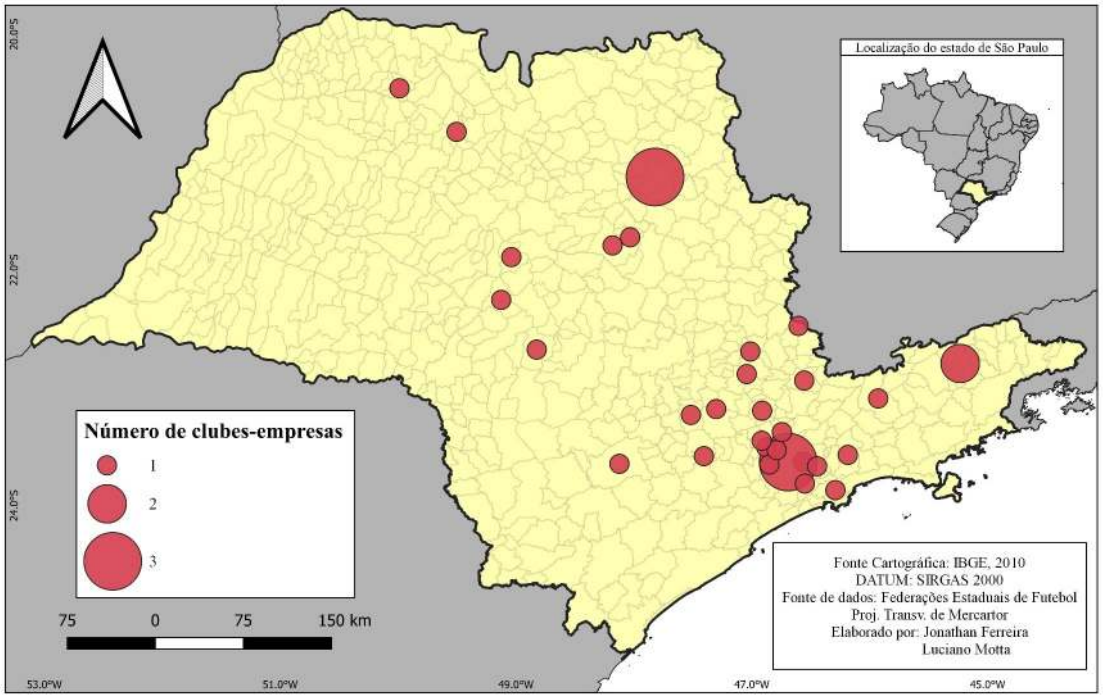
possibilidades: "1) formas perfeitas universais; 2) de normas universais e, ao mesmo tempo, de uma desregulação universal, e 3) de uma informação universal, que é a base, também de um discurso universal" (SANTOS, M., 2017, p. 276). Para o autor,

> As formas perfeitas são [...] um fruto da emergência da nova etapa de evolução da técnica, que se tornou uma técnica informacional. Com a ajuda de uma informação tornada ubíqua e instantânea, as formas perfeitas são a condição de possibilidade a imposição de normas na escala do globo. O fenômeno de rede, tão característico de nossa época, assenta sobre esses pilares (SANTOS, M., 2017, p. 276).

Ademais, destaca-se o papel do mercado e do Estado que em conjunto constituem o poder para que possibilite a produção da fluidez. À máquina pública se confere o poder de normatizar e regular as normas, os macrossistemas técnicos "sem os quais as demais técnicas não se efetivam". Em relação as empresas, estas "estabelecem redes privadas, cuja geografia e funcionalização correspondem ao seu próprio interesse mercantil". (SANTOS, M., 2017, p. 276). Sendo assim, pode-se asseverar que o Estado cumpre o papel legitimador para que as empresas possam estabelecer suas redes a fim de otimizar a circulação, em um período em que este dado é de suma importância para a acumulação de capitais.

Esquadrinhando o recorte para o estado de São Paulo (Mapa 2), percebe-se que ocorre a concentração desses clubes em cidades próximas a metrópole da capital, ou cidades médias, tais como Ribeirão Preto e Campinas. Não obstante, Guaratinguetá foge desse padrão, localizada no Vale do Paraíba, o município conta com dois clubes-empresas: Academia Desportiva Manthiqueira Futebol Ltda e Guaratinguetá Futebol Eireli.

Mapa 2. Distribuição dos clubes-empresas no estado de São Paulo (2021)



Fonte: Elaborada pelos autores, com dados da pesquisa.

Sendo assim, é valido afirmar que os clubes-empresas enquanto um fenômeno técnico, irão alocar-se em espaços onde há maior densidade técnica e informacional.

Esse dado ganha destaque quando se observa sua distribuição ao longo do território brasileiro. Além disso, a falta de uma legislação específica para esses clubes atuarem, permite que a distribuição desse investimento esteja ligada à sua capacidade de articulação, ainda que regionalizada.

"Força" econômica e clubes-empresas no território brasileiro

Outro aspecto extremamente valoroso é analisar o clube-empresa sob a perspectiva do instituto jurídico do capital social. Esse elemento é relevante pois, dentre outros fatores, é essencial para se determinar o grau de comprometimento do investidor para com o empreendimento e, em consequência, o nível de maturidade, tecnicidade e profundidade que se pretende impor.

O capital social pode ser definido como o "montante de contribuições dos sócios para a sociedade, a fim de que ela possa cumprir seu objeto social" (RAMOS, 2020, p. 564). Dito de outra maneira, o capital social é o valor empreendido pelo sócio para que a empresa possa iniciar a sua atividade e, assim, paulatinamente, cumprir o seu objeto social. A título exemplificativo, ao abrir uma padaria, é necessário um valor para cobrir os gastos iniciais e os primeiros anos de operação: locação de espaço; compra de matéria prima/estoque; pagamento de funcionários, etc. Em uma linguagem mais técnica, o capital social se apresenta como "a margem mínima de sua solvabilidade" (COMPARATO; SALOMÃO FILHO, 2014, p. 502).

Mas o objetivo do capital social, pelo menos quanto às suas funções nas relações externas da sociedade empresária, vai mais além: visa "proteger os interesses

dos sócios e de terceiros que mantêm relações jurídicas com a sociedade" (MAMEDE, 2020, p. 100) e servir como um dos parâmetros ou elementos de avaliação da situação financeira da própria empresa (GARCIA, 2009, p. 78).

Em regra (com exceção de alguns poucos e cada vez menos utilizados tipos societários), será esse o valor pelo qual os sócios se comprometerão para com o empreendimento. A partir dele se produzirá um destacamento do patrimônio particular do investidor, para que, salvo exceções, somente essa parcela que integralizará o capital da empresa responda pelas dívidas desta. É por essa razão que, sob outra perspectiva, o capital social visa proteger os interesses dos sócios.

Por outro lado, e a considerar que essa é a primeira riqueza a entrar no ativo da empresa, é ela que garantirá o pagamento dos primeiros credores. Esta rubrica tem especial e significativa importância, devendo ser preservada, sempre que possível. Por essa razão, dividendos não podem ser distribuídos em prejuízo ao capital social; ao se verificar a constatação de lucro ou prejuízo, deve-se subtrair o passivo e em seguida o capital social registrado (que contabilmente também se encontra na coluna do passivo). (MAMEDE, 2020, p. 100).

A considerar o instituto analisado nos parágrafos anteriores importa, com destaque, o fenômeno da subcapitalização, que ocorre quando uma "sociedade tem capital social claramente incompatível com o seu objeto social" (RAMOS, 2020, p. 842). Em outras palavras, o investidor aloca quantia insuficiente para a atividade e riscos inerentes a ela. Existe uma obrigação legal[12] de haver uma "congruência entre capital social e o objeto social"; "de o sócio capitalizar adequadamente a sociedade" (RAMOS, 2020, p. 843).

Novamente, com base no exemplo da padaria, de forma genérica, o capital social suficiente para a sua constituição seria aquele adequado para que ela conseguisse iniciar as suas atividades até o ponto em que lograsse gerar riqueza suficiente para, pelo menos, cobrir os próprios gastos. E essa análise, ainda que não exata, é mensurável e ordinariamente presumível, se realizada seguindo os parâmetros técnicos existentes no mercado.

O problema está longe de ser somente contábil; é estrutural, afetando diretamente a gestão e podendo gerar inúmeros imbróglios jurídicos. Há quem entenda se tratar de ato ilícito e outros que a consideram como uma causa de desconsideração da personalidade jurídica (SÃO PAULO, 2012). Esta última, alcança um dos maiores pilares: a blindagem patrimonial dos investidores que, em regra, ocorre na constituição das inúmeras sociedades limitadas e sociedades anônimas.

O primeiro grande desafio é como auferir se um determinado capital social pode ser considerado baixo diante do seu objeto social. Em vários países há a exigência legal de a sociedade empresária ter um capital social mínimo. É o que

12 É o que se extraí de uma interpretação teleológica dos art. 173 da Lei n. 6.404/1976 e 1.082, II, do Código Civil (BRASIL; 1976; 2002).

ocorre, por exemplo, com Portugal e Espanha[13]. Dessa forma, a análise passa a ser puramente aritmética, facilitando-se a constatação do que se chama de subcapitalização legal, ainda que do ponto de vista prático haja eventualmente um evidente desequilíbrio.

No Brasil, a situação é ainda mais complexa, tendo em vista que a legislação não determina a necessidade de um capital social mínimo para se constituir uma sociedade empresária. Na teoria, pode-se "abrir" uma empresa com apenas R$ 1,00. O exemplo pode parecer esdrúxulo, mas há uma infinidade de empresas que são constituídas com baixíssimo capital social. A exceção fica para alguns setores específicos da economia, como instituições financeiras, seguradoras, sociedades que exploram planos de saúde, etc., em que existe uma legislação específica versando sobre o tema (RAMOS, 2020, p. 843).

Superada essa análise conceitual preliminar, o âmbito desportivo guarda total similitude com o que foi visto até então. Assim como ocorre com as sociedades empresariais, na Europa, países como Espanha, Portugal, França e Itália, impõem a necessidade de haver um capital social mínimo para a constituição. No Brasil, o tema sequer é versado na doutrina.

No universo dos clubes do estado de São Paulo, para se determinar um padrão razoável de capital social mínimo, buscou-se somar o valor indispensável para se filiar à FPF ao valor necessário para se operar um clube de futebol durante um ciclo exitoso, ainda que improvável, de 04 anos, considerando que o clube iniciaria a sua jornada desportiva na "Segunda Divisão", avançando, progressivamente, até a "Série A1".

Para tanto, no levantamento dos dados, considerou-se um time de porte pequeno (para não incorrer em amplas distorções havidas em clubes de grande porte) e suas demonstrações contábeis e competições no ano de 2019. Chegou-se a um valor base aproximado de R$ 20 milhões[14]. Sem dúvida é um valor meramente ilustrativo, carente de estudos bem mais profundos, técnicos e individualizados, todavia, suficiente para se traçar um norte.

Os dados são alarmantes: dos clubes-empresas analisados, somente um não está subcapitalizado. Se o valor-base fosse reduzido àquele mínimo legal para se tão somente filiar à FPF (R$ 800.000,00), chegar-se-ia à conclusão que 70,27% estariam subcapitalizados. É dizer, cerca de 70% dos clubes-empresas não possuiriam capital social sequer para poder se vincular à FPF.

13 O capital social mínimo para se constituir uma sociedade anônima em Portugal é de EUR 50.000,00 (art. 276., 5, do Código das Sociedades Comerciais - PORTUGAL, 1986). Na Espanha, o capital social mínimo para se constituir uma sociedade limitada é de EUR 3.000,00 (art. 4, 1 da Ley de Sociedades de Capital - ESPANHA, 2010).

14 Taxa de Filiação: R$ 800.000,00. Despesas totais do Paulista Futebol Clube Ltda. (2ª Divisão): R$ 1.568.936,70. Despesas totais do Rio Preto Esporte Clube (Série A3): R$ 1.551.759,79. Despesas totais do Sport Club Atibaia (Série A2): R$ 4.364.484,69. Despesas totais do Grêmio Novorizontino (Série A1): R$ 11.514.000,00. Total de despesas totais: R$ 19.799.181,18.

Tabela 1. Percentual de faixas de capital social nos clubes-empresas de São Paulo

Faixa de capital social	Percentual (%)
Até R$ 50.000,00	35,14%
R$ 50.000,01 a R$ 100.000,00	21,62%
R$ 100.000,01 a R$ 500.000,00	10,81%
R$ 500.000,01 a R$ 1.000.000,00	5,41%
R$ 1.000.000,01 a R$ 5.000.000,00	16,22%
R$ 5.000.000,01 a R$ 10.000.000,00	5,41%
R$ 10.000.000,01 a R$ 20.000.000,00	2,70%
Acima de R$ 20.000.000,00	2,70%

Fonte: Elaborada pelos autores, com dados da pesquisa.

Outro importante fator a se analisar é a composição do quadro societário. Este é um segundo elemento que auxilia a análise da importância econômica referente aos clubes-empresas. Cerca de 67,57% dos clubes-empresas possuem somente pessoas físicas em suas composições societárias. Consequentemente, esse cenário revela uma tendência de baixa presença de pessoas jurídicas compondo a sociedade.

Esse cenário é corroborado quando se observa que dos clubes-empresas com significativo capital social, aqui considerado igual ou superior a R$ 1 milhão, 63,64% possuem em seu quadro societário pessoas jurídicas por detrás. Conclui-se, dessa forma, que no principal polo econômico do país, o clube-empresa ainda é um "investimento" rudimentar, quase que sob uma estrutura "familiar" arcaica, restrito a um grupo fechado de indivíduos e carente de pujança e da força de grandes conglomerados.

Sob o ponto de vista desportivo, somente 14,71% dos clubes-empresas brasileiros disputam a chamada primeira divisão do respectivo campeonato estadual. Todos os demais (85,29%) estão imersos no limbo das divisões mais precárias que variam desde uma segunda divisão até mesmo divisão alguma.

Tabela 2. Percentual de clubes-empresas brasileiros atuantes nas divisões dos Campeonatos Estaduais 2021

Divisão	Percentual (%)
1ª	14,71%
2ª	21,32%
3ª	10,29%
4ª	7,35%
Nenhuma	46,32%

Fonte: Elaborada pelos autores, com dados da pesquisa.

Ainda, 19,85% disputam somente competições referentes às categorias de base[15]. A dificuldade (desportiva e custo econômico) em se ascender às principais divisões e o objetivo de não se auferir desempenho desportivo e sim exclusivamente econômico (com a transação de atletas) são as principais razões que explicam o porquê de muitos clubes serem meramente partícipes das competições e não os principais protagonistas. O objetivo principal destes é participar da chamada cadeia desportiva e poder auferir eventuais rendimentos na transação de jovens atletas. De toda forma, quaisquer que sejam as razões, nesse sentido, reforça-se a tese de que os clubes-empresas brasileiros são estruturas primitivas.

A considerar o fato de o futebol contar com características comerciais específicas, a sua condição de ser um mercado capitalista lucrativo é questionável (KENNEDY; KENNEDY, 2016). O que se argumenta é que, em regra, diferentemente do que se infere do senso comum, as "propriedades dos clubes não são guiadas pela ordem do lucro tradicional, não costuma ter suas ações negociadas em ritmos convencionais, [...] não repassa dividendo a seus envolvidos" (SANTOS, I., 2020, p. 57). Dentro dessa discussão, surge a pergunta: por que se tem investido massivamente no futebol e quais sãos os perfis desses investidores?

De acordo com Irlan Santos (2020, p. 57):

> os donos de clubes de futebol hoje podem ser divididos em quatro grandes grupos. Três deles são diretamente relacionados à utilização do clube como ferramenta de propaganda e/ou publicidade; o último é mais diverso: 1) geopolítica: Estados interessados em fazer dos clubes suas ferramentas de "*soft power*"; 2) política eleitoral: personalidades ou grupos políticos dispostos a investir em um clube de massas para reverter seu sucesso esportivo em capital político; 3) mercado de capitais: grupos financeiros, e seus respectivos representantes públicos, em busca de projeção de suas imagens e marcas para atração de investidores para seus projetos; e 4) os alheios: ora desinformados, ora aventureiros, ora mal intencionados, muitas vezes notórios lupemburgueses.

15 Campeonatos sub-20, sub-19, sub-17, sub-15, sub-13.

Ao analisar os investidores dos clubes-empresas no estado de São Paulo, verifica-se que esses se encaixam no quarto grupo: os alheios. Composto majoritariamente por pessoas físicas, esses investimentos são de alto risco e baixo investimento inicial (pelo menos na *práxis* tupiniquim). Nesse sentido, o cenário brasileiro se manifesta de maneira distinta de outras formações socioespaciais. Considerando que os clubes ingleses passam adotar a "tipologia jurídica de clube-empresa" em decorrência das crises de sobreacumulação de capitais, sobretudo na década de 1970 (KARAK, 2016), no Brasil essa transformação está ancorada em um investimento mais simplório.

Considerações finais

Investigar o surgimento e a distribuição espacial de um novo modelo de agremiação futebolística no Brasil permite relacionar os aspectos da globalização (articulada em uma economia financeirizada) e os interesses imbuídos nesse processo no que se refere ao esporte de multidões. Nesse sentido, vislumbra-se o clube de futebol enquanto alvo de investimentos privados, alterando toda uma cadeia de ações perpetuadas pela intencionalidade da acumulação.

O fenômeno não ocorre de forma isolada e guarda relação direta com a conjuntura econômica e política global. Da mesma forma, do ponto de vista da distribuição espacial dos clubes-empresas no Brasil, observa-se a aplicação da concentração dessa nova tipologia de clube em regiões na qual encontra-se maior densidade técnica e informacional, a chamada "região concentrada". Além disso, adentrando a análise para o estado de São Paulo, percebe-se que o estabelecimento desse investimento está em áreas com cidades médias ou grandes. Entretanto, para além da porção territorial que representa a maior quantidade dos clubes-empresas, destaca-se o Distrito Federal e o estado do Mato Grosso, que fogem à tendência.

Ademais, no Brasil, a situação ocorre de maneira distinta da observada em outros países, especialmente europeus (*lato sensu*). Em termos quantitativos, diferentemente do difundido historicamente, o Brasil possui 136 clubes-empresas – um número expressivo que, analisado isoladamente, colocaria o país como um dos principais polos em números absolutos.

Todavia, sob o ponto de vista qualitativo – e este é o mais relevante –, diferentemente do que se observa no Velho Continente, os notáveis clubes e partícipes das principais competições brasileiras são majoritariamente clubes associações. É nesse aspecto que subsiste um abismo entre os elementos caracterizadores e constitutivos dos clubes-empresas na Europa e no Brasil.

Ilustra-se esse entendimento, sob o ponto de vista desportivo: o baixo percentual de clubes-empresas que disputam as quatro divisões do campeonato nacional profissional (3,68%); o alto percentual dos que não disputam as principais competições estaduais (85,29%); o significativo número de clubes-empresas que só disputam competições de "categorias de base" (19,85%).

De mais a mais, a analisar os clubes-empresas no principal polo econômico do país (São Paulo), sob o ponto de vista constitutivo: o expressivo número de agremiações subcapitalizadas (70,27%), acrescidos da considerável parcela cujos proprietários são exclusivamente pessoas físicas (67,57%).

A conclusão, seja sob o aspecto desportivo, seja pelo constitutivo, é a de que o clube-empresa no Brasil ainda é um "investimento" rudimentar, quase que sob uma estrutura "doméstica" obsoleta, circunscrita a um grupo fechado de pessoas e carente do vigor e da robustez de grandes grupos empresariais. Em síntese, a força motriz que até então motivou a constituição da maioria dos clubes-empresas no país foi o interesse de se fazer parte da cadeia desportiva somado ao objetivo de se auferir rendimentos com a circulação e transferências de atletas.

Bibliografia

ARRIGHI, Giovanni. *Adam Smith em Pequim*. São Paulo: Boitempo, 2008.

BRASIL. Lei n. 10.406 de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, 11 jan. 2002. [online] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm. Acesso em: 12 out. 2021.

BRASIL. Lei n. 14.193, de 6 de agosto de 2021. Institui a Sociedade Anônima do Futebol e dispõe sobre normas de constituição, governança, controle e transparência, meios de financiamento da atividade futebolística, tratamento dos passivos das entidades de práticas desportivas e regime tributário específico; e altera as Leis nºs 9.615, de 24 de março de 1998, e 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil). *Diário Oficial da União*: seção 1, ed. 149, p. 3, Brasília, DF, 09 ago. 2021. [online] Disponível em: https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.193-de-6-de-agosto-de-2021-336939965. Acesso em: 15 nov. 2021.

BRASIL. Lei n. 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Dispões sobre as Sociedades por Ações. *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, 17 dez. 1976. [online] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404consol.htm. Acesso em: 12 out. 2021.

BRASIL. Lei n. 8.672, de 6 de julho de 1993. Institui normas gerais sobre desportos e dá outras providências. *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, 7 jul. 1993. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8672.htm. Acesso em: 12 out. 2021.

BRASIL. Lei n. 9.615, de 24 de março de 1998. Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências. *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, 25 mar. 1998. [online] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9615consol.htm. Acesso em: 12 out 2021.

CBF. Impacto do Futebol Brasileiro. Rio de Janeiro, dez. 2019. Disponível em: https://conteudo.cbf.com.br/cdn/201912/20191213172843_346.pdf. Acesso em: 24 out. 2021.

CHESNAIS, François. *A mundialização do capital*. São Paulo: Xamã, 1996

CHESNAIS, François. O capital portador de juros: acumulação, internacionalização, efeitos econômicos e políticos. In: CHESNAIS, F. (org.) *A finança mundializada*. São Paulo: Boitempo, 2005.

COMPARATO, Fábio Konder; SALOMÃO FILHO, Calixto. *O poder de controle na sociedade anônima*. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

ESPANHA. Real Decreto Legislativo n. 1, de 22 de julio de 2010. Se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. *BOE*, Madrid, 03 jul. 2010. [online] Disponível em: https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10544. Acesso em: 12 out. 2021.

FEDERAÇÃO MINEIRA DE FUTEBOL (FMF). Portaria n. 002/2020. *Código Tributário da Federação Mineira de Futebol*. Belo Horizonte, 5 fev. 2020. [online] Disponível em: http://fmf.com.br/arquivos/Codigo_tributario.pdf. Acesso em: 03 out. 2021.

FONSECA, Venilson Luciano Benigno. *Lugares e territórios na cultura do futebol brasileiro*. 2014. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte: UFMG, 2014.

GARCIA, Alexandre Hilderbrand. *A redução do capital social* (em companhias abertas e fechadas). 2009. Dissertação (Mestrado em Direito). Universidade de São Paulo (USP). São Paulo: USP, 2009.

GIULIANOTTI, Richard; ROBERTSON, Roland. *Globalization and football*: a critical sociology. Londres: SAGE Publications, 2009.

GRÊMIO NOVORIZONTINO. *Balanço patrimonial*. Novo Horizonte, São Paulo, 31 dez. 2019. [online] Disponível em: https://futebolpaulista.com.br/Repositorio/Institucional/2019/Novorizontino%20-%20DFs%202019%20-%20Final.pdf. Acesso em: 11 out. 2021.

HAAG, Fernanda Ribeiro. Futebol e o giro neoliberal: apontamentos e o caso brasileiro. *PODIUM: Sport, Leisure and Tourism Review*. São Paulo, v. 2, n. 1, p. 57-80, jan./jun. 2013.

HARVEY, David. *O novo imperialismo*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

KARAK, Anirban. In: Accumulation by dispossession: A Marxist history of the formation of the English Premier League. *Review of Radical Political Economics*, v. 49, n. 4, p. 615-632, 2017.

KENNEDY, Peter; KENNEDY, David. *Football in neo-liberal times*: a marxist perspective on the European football industry. Routledge, 2016.

LEITE JÚNIOR, Emanuel; RODRIGUES, Carlos. Faixa, rota e bola: o futebol como instrumento do soft power chinês. In: SANTOS, Irlan Simões da Cruz. *Clubes empresa*: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020. p. 266-297.

MARQUES, J. C.; et al. Os clubes-empresa da segunda divisão do Campeonato Paulista de Futebol 2008 e as relações com seus grupos de interesse. *Revista Conhecimento Online*, v. 1, p. 105-119, 2009.

MOTTA, Luciano de Campos Prado. *O mito do clube-empresa*. Belo Horizonte: Sporto, 2020.

PAULISTA FUTEBOL CLUBE LTDA. *Balanço patrimonial*. Jundiaí, São Paulo, 31 dez. 2019. Disponível em: https://futebolpaulista.com.br/Repositorio/Institucional/2019/Balan%C3%A7o %20Patrimonial%20-%20Paulista%20FC%20-%20Ano%202019.pdf. Acesso em: 11 out. 2021.

PINTO, Carlos Alberto da Mota; MONTEIRO, António Pinto; PINTO, Paulo Mota. *Teoria geral do Direito Civil*. 4. ed., reimp. Coimbra: Coimbra Editora, 2012.

PORTUGAL. Decreto-Lei n. 262/86, de 02 de setembro de 1986. Aprova o Código das Sociedades Comerciais. *Diário da República*, Lisboa, 2 set. 1986. Disponível em: https://dre.pt/web/guest/legislacaoconsolidada/-/lc/34443975/view?p_p_state=maximized. Acesso em: 12 out. 2020.

PRONI, Marcelo Weishaupt. *Esporte espetáculo e futebol-empresa*. Tese (Doutorado em Educação Física). Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas. Campinas: Unicamp, 1998.

RAMOS, André Luiz Santa Cruz. *Direito empresarial*: volume único. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2020.

RIO PRETO ESPORTE CLUBE. *Balanço patrimonial*. São José do Rio Preto, São Paulo, 31 dez. 2019. Disponível em: https://futebolpaulista.com.br/Repositorio/Institucional/2019/BALAN%C3%87O%202019%20RPEC.pdf. Acesso em: 11 out. 2021.

ROCHA, Luiz Guilherme Burlamaqui Porto Soares. A outra razão: os presidentes de futebol entre práticas e representações. 2013. 232 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós Graduação em História, Universidade Federal Fluminense (Ppgh/Uff), Niterói, 2013.

SABINO, Alex. Red Bull compra vaga, infla prêmio a jogadores e domina a Série B. *Folha de São Paulo*. Bragança Paulista, 29 set. 2019. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/09/red-bull-compra-vaga-infla-premio-a-jogadores-edomina-a-serie-b.shtml. Acesso em: 21 jun. 2020.

SANTOS, Irlan Simões da Cruz. *Clientes versus Rebeldes*: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017.

SANTOS, Irlan Simões da Cruz. Clubes empresa: histórico, impacto reais e abordagens alternativas. In: SANTOS, Irlan Simões da Cruz. *Clubes empresa*: abordagens críticas globais às sociedades anonimas no futebol. abordagens críticas globais às sociedades anonimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020. Cap. 1. p. 28-70.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, María Laura. *O Brasil*: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

SANTOS, Milton. *Metamorfoses do Espaço Habitado*. São Paulo: Edusp, 2014.

SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço*: Técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. 7. reimp. São Paulo: Edusp, 2017.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo (25. Câmara de Direito Privado). Agravo de Instrumento n. 0076467-06.20212.8.26.0000. Ação monitória. Mútuo. Desconsideração da personalidade jurídica. Relator: Vanderci Álvares, 15 ago. 2012. *D.J.e., São Paulo*, SP, 17 ago. 2012.

SPORT CLUB ATIBAIA. *Balanço patrimonial*. Atibaia, São Paulo, 31 dez. 2019. Disponível em: https://futebolpaulista.com.br/Repositorio/Institucional/2019/Scan0038%20Atibaia.pdf. Acesso em: 11 out. 2021.

Limited soccer companies in Brazil: a geographical phenomenon

This paper analyzes the emergence of limited soccer companies in the Brazilian territory, situated in the neoliberal logic and the period of financialization of the world economy. A limited soccer company is understood as a sports entity that adopts the corporate model as its legal typology. The existence of these clubs managed as enterprises is directly related to the economic conjuncture. In Brazil, it is presented as a unique geographical phenomenon. The research has enabled to survey the soccer limited companies in Brazil, and more than one hundred have been identified. The research points out that the limited soccer companies (i) are located in greater technical-informational density regions; (ii) are clubs with low financial investments; and (iii) are supported by investing individuals.

KEYWORDS: limited soccer companies, spatial distribution, geography and soccer;

Club-empresa en Brasil: un fenómeno geográfico

Este artículo analiza el surgimiento de sociedades deportivas mercantiles en el territorio brasileño, desde la lógica neoliberal y el período de financiarización de la economía mundial. Se entiende por sociedad deportiva mercantil a una entidad de práctica deportiva que adopta el modelo de sociedad mercantil como tipología jurídica. El nacimiento de este fenómeno está directamente relacionado con la situación económica y, especialmente en Brasil, se presenta como un fenómeno geográfico único. La investigación posibilitó la oportunidad de detectar a todas las sociedades deportivas mercantiles brasileñas, llegando a más de un centenar. A partir de esta sistematización y el cruce de otros datos (capital social, propietarios, competencias participantes, etc.), se pudo determinar, en general, que las sociedades deportivas mercantiles: (i) están ubicados en regiones de mayor densidad técnico-informacional; (ii) son clubes con baja inversión financiera; (iii) y, apoyados por las personas naturales, estrictamente enfocados en una lógica de acumulación incipiente.

PALABRAS CLAVE: sociedades deportiva mercantil, distribución espacial, geografía y fútbol.