ALICE DE CARVALHO FRANK

**Semelhanças e diferenças entre adotar, comprar ou ganhar um cão
de companhia na cidade de São Paulo**

São Paulo

2015

ALICE DE CARVALHO FRANK

**Semelhanças e diferenças entre adotar, comprar ou ganhar um
cão de companhia na cidade de São Paulo**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Epidemiologia
Experimental Aplicada às Zoonoses da
Faculdade de Medicina Veterinária e
Zootecnia da Universidade de São Paulo
para a obtenção do título de Mestre em
Ciências

Departamento

Medicina Veterinária Preventiva e Saúde
Animal

Área de concentração:

Epidemiologia Experimental Aplicada às
Zoonoses

Orientador:

Prof. Dr. Ricardo Augusto Dias

De acordo:
Orientador

São Paulo
2015

Nº CLASSIFICAÇÃO
Nº TOMBO 034221

Obs: A versão original se encontra disponível na Biblioteca da FMVZ/USP

Autorizo a reprodução parcial ou total desta obra, para fins acadêmicos, desde que citada a fonte.

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Biblioteca Virginie Buff D'Ápice da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da
Universidade de São Paulo)

T.3210
FMVZ

Frank, Alice de Carvalho
Semelhanças e diferenças entre adotar, comprar ou ganhar um cão de companhia na
cidade de São Paulo / Alice de Carvalho Frank. -- 2015.
104 p. : il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo. Faculdade de Medicina
Veterinária e Zootecnia. Departamento de Medicina Veterinária Preventiva e Saúde
Animal, São Paulo, 2015.

Programa de Pós-Graduação: Epidemiologia Experimental Aplicada às Zoonoses.

Área de concentração: Epidemiologia Experimental Aplicada às Zoonoses.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Augusto Dias.

1. Cães. 2. Modo de aquisição. 3. Vínculo. 4. Comportamento. 5. Abandono.
I. Título.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

FACULDADE DE MEDICINA VETERINÁRIA E ZOOTECNIA

Comissão de Ética no Uso de Animais

CERTIFICADO

Certificamos que o Projeto intitulado "Semelhanças e diferenças entre adotar, comprar ou ganhar um cão de companhia na cidade de São Paulo", protocolado sob o nº 3095/2013, não utilizando animais, sob a responsabilidade do Prof. Dr. Ricardo Augusto Dias, foi aprovado em reunião de 14/8/2013 e está de acordo com os princípios éticos de experimentação animal da Comissão de Ética no Uso de Animais da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo.

We certify that the Research "Similarities and differences between adopting, purchasing and receiving as a gift a companion dog in the city of São Paulo", protocol number 3095/2013, not using animals, under the responsibility Prof. Dr. Ricardo Augusto Dias, was approved in the meeting of day 8/14/2013 and agree with Ethical Principles in Animal Research adopted by Ethic Committee in the Use of Animals of the School of Veterinary Medicine and Animal Science of University of São Paulo.

São Paulo, 13 de agosto de 2015.

Denise Tabacchi Fantoni
Presidente

Av. Prof. Dr. Orlando Marques de Paiva, nº87
Cidade Universitária "Armando de Salles Oliveira"
São Paulo/SP – Brasil
05508-270

Fone: + 55 11 3091-7676/0904
Fax: +55 11 3032-2224
e-mail: ceuavet@usp.br
<http://www.fmvz.usp.br/comissao-de-etica-www>
<http://orion.fmvz.usp.br/index.php#>

FOLHA DE AVALIAÇÃO

Autor: FRANK, Alice de Carvalho

Título: **Semelhanças e diferenças entre adotar, comprar ou ganhar um cão de companhia na cidade de São Paulo.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Epidemiologia Experimental Aplicada às Zoonoses da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências

Data: ____/____/____

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Julgamento: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Julgamento: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Julgamento: _____

*À **Tuti**, meu primeiro e grande amor,
que me ensinou a ter paciência,
a respeitar, a cuidar e amar.
Não existiria Alice sem Tuti.*

*À **Sol**, meu segundo e grande amor,
que me faz manter tudo que aprendi
e melhorar cada dia mais.
Não existirá Alice sem Sol.*

AGRADECIMENTOS

Ao professor **Ricardo**, por apostar em uma psicóloga e ver em mim capacidades que nem eu mesma acredito muitas vezes.

Ao professor **César** (*in memoriam*), por toda sua história na psicologia e por abrir as portas para mim, com sua simpatia radiante, e me aceitar em seu fantástico grupo de estudos de cães.

Ao professor **Alan Beck**, não só por seus tantos ensinamentos, mas por me apresentar ao professor Ricardo e tornar este mestrado possível.

Às amigas do grupo de cães, **Carine, Natália, Dani, Angélica, Paty, Gisele e Carol**, por terem me acolhido e apoiado para continuar nos meus estudos.

Aos amigos do **LEB**, pelo apoio e pelas risadas.

À **CNPq**, pelo suporte financeiro.

Aos participantes e colaboradores do meu trabalho, por compartilharem e responderem à minha pesquisa.

À **Camila e Aline**, pela paciência em responder prontamente a cada pergunta que eu tinha dúvida.

À **Victoria e Yulla**, pelo apoio comportamental à minha desatualização psicológica.

Aos parceiros do passado, **Yuri, Elias e Davi**, que sempre me incentivaram e seguraram minha mão nas dificuldades desse processo.

Aos meus amigos de SEMPRE, **Fernanda, Fifi, Aline, Mari, Pamela, Paty, Luiza, Fiamon, Bruno, Raphinha, Luiz, Rafael, Douglas, Wendel, Yu e Camila**, pela constância de mais de 10 anos.

À **Maria**, por ser mestre exemplo e apoio pros surtos e sufocos.

À **Aline**, por ser minha parceira da vida.

Ao meu irmão **André**, por ser meu segundo orientador, e à sua esposa **Fernanda**, pelo pão judeu de cada dia.

Ao **Vitor**, de melhor amigo a melhor companheiro da vida, obrigada por ter tido coragem de arriscar a viver com minhas demências.

Aos meus **pais**, por me criarem num mundo cheio de animais.

Aos animais da minha vida, **Tuti, Sol, Clara, Totuxa, Natasha, Ninini, Mabu, Tião, Fido, Taurus, Toy, Ami, Lara, Milky, Nicolau, Morena, Gatho, Cachorro, Bruce Lee, Meggie Lee, Klein, Xuxa, Orelhinha, Rex, Rambo, Robô, Requinho, Vanoli, Preta, Ricky, Rufus, Sandy, Pitoco, Picachu, Mel, Sofia, Brisa, Cindy, Nero, Tim, Tor, 14-B, Jacaré, Nhonho, Bombom, Branco, Julie, Snow, Julie, Jessie, Charlie, Amy, Lucy, Cookie, Muppy, Bichita, Tranqueira, Lola, Gordo, Lilica, Bob, Mozart, Flicka, Poike, Isis, Joy, Maricota, Brunella, Jorjão, Benji, Otto, Swan, Charlie, Docinho, Fusca, Twix, Pretinha, Joaquim, Manteiga, Yoki, Salvatore, Drogba, Yone, Miró, Yena, Hiena, Paul, Zoinho, Wendy, Penelope, Tchopo, Samba, Canela, Bia, Lolla, Pepita, Pipo, Nino, Pituca, Thor, Aço, Bernardo, Hannah, Nara, Nikita, Lana, Dama, Oxford, Çara, Mel, Moa, Bombom, Homer, Pepper, Chilli, Simba, Lola, Leah, Thor, Sandy, Clarinha, Kiara, Zé, Dread, Piña, Penny, Berry, Suzi, Kiko, Gênesis, Branca, Meg, Julio, Luli e Lola e tantos outros que nem nomes têm por cada olhar real que partilhamos, nesses 28 anos. Cada dia eu sou mais bicho.**

"Há qualquer coisa no amor sem egoísmo e abnegado de um animal que atinge diretamente o coração de quem tem tido frequentes ocasiões de experimentar a amizade mesquinha e a fidelidade frágil do simples Homem".

Edgar Allan Poe

RESUMO

FRANK, A. C. **Semelhanças e diferenças entre adotar, comprar ou ganhar um cão de companhia na cidade de São Paulo.** [Similarities and differences between adopting, purchasing and receiving as gift a companion dog in the city of São Paulo]. 2015. 106 p. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

Com mais de 50 milhões de cães de companhia, o Brasil é o segundo maior mercado mundial para este segmento, com uma grande variedade de produtos e serviços, sendo alguns deles tipicamente humanos, revelando um movimento de antropomorfização dos animais de companhia. A antropomorfização permite um estreitamento dos laços entre o homem e o animal, mas gera expectativas irreais sobre o comportamento deste, o que pode trazer graves consequências, como o abandono. Isto pode ocorrer tanto com animais comprados ou recebidos de presente quanto com adotados, mas há diferenças entre estes modos de aquisição. Esta pesquisa tem como objetivo identificar semelhanças e diferenças no processo de aquisição de cães e investigar a vinculação entre o homem e o cão. Foi utilizado um questionário disponibilizado na Internet para compreender a aquisição e uma escala para avaliar o vínculo (*Dog Attachment Questionnaire*), aplicados em até um ano da aquisição e um ano depois. A maioria dos animais é adotada (61,3%), seguido por 26,3% de cães comprados e 12,1% de animais recebidos de presente. Adotar esteve relacionado a aquisições sem planejamento, pessoas divorciadas, com menor escolaridade, animais esterilizados, mais velhos, oriundos da rua, sem raça definida, escolhidos pela própria pessoa, que residem em casas, com maior número de cães. Comprar esteve mais associado a maior renda, pós-graduação, morar em apartamento, pessoas mais jovens, casadas ou solteiras, aquisições planejadas, animais de porte pequeno, de raça. Ganhar um cão de companhia esteve mais associado a menor escolaridade, menor renda, morar em chácara/sítio/fazenda, animais esterilizados, de porte grande. O vínculo é favorecido pela pessoa ser do sexo feminino, jovem, solteiro ou divorciado, com escolaridade e renda médias, que escolhem seus próprios animais e são inteiramente responsáveis por eles, os quais são esterilizados, pegos da rua, sem planejamento e residem em casas com mais animais. O vínculo é desfavorecido pela pessoa ser do sexo masculino, mais velho,

casado, com alta escolaridade e renda, que mora em apartamento ou chácara/sítio/fazenda, sem outros animais, cuja responsabilidade por eles é dividida, tendo o animal sido escolhido por terceiros e de uma raça específica. Não houve relação direta entre o vínculo e o modo de aquisição, mas diversas relações indiretas indicam que o vínculo é maior para quem adotou um cão de companhia do que para quem comprou um cão. No passar de um ano, o valor do vínculo diminuiu. Para evitar que este quadro se perpetue, é importante incentivar a adoção em detrimento da compra de cães de companhia, além de educar as crianças sobre o real valor dos animais e alterar a forma com que animais são representados na cultura e na mídia.

Palavras-chave: Cães. Modo de aquisição. Vínculo. Comportamento. Abandono.

ABSTRACT

FRANK, A. C. **Similarities and differences between adopting, purchasing and receiving as gift a companion dog in the city of São Paulo.** [Semelhanças e diferenças entre adotar, comprar ou ganhar um cão de companhia na cidade de São Paulo]. 2015. 106 p. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

With more than 50 million companion dogs, Brazil is the second largest world market for this segment, with a broad variety of products and services, including some that are typically human, revealing the anthropomorphic view of companion animals. Anthropomorphism allows the bonding between humans and animals, but it creates unreal expectations regarding the behavior of animals, which may cause grave consequences, such as abandonment. This may happen to purchased animals or animals received as gifts as well as to adopted animals, but there are differences between these types of acquisition. This research intended to identify similarities and differences in the process of acquiring a companion dog and to investigate the human-animal bond. Two Internet-based questionnaires were used, one to understand the acquisition process and one to measure the strength of the attachment to companion dogs (Dog Attachment Questionnaire). They were applied until one year of the acquisition of the dog and one year later. Most dogs are adopted (61.3%), followed by 26.3% of purchased dogs and 12.1% of dogs received as gifts. Adopting was associated with unplanned acquisitions, divorcees, lower education, older and neutered animals, taken as strays, mongrels, and chosen by the owner, residents at houses with more than one dog. Purchasing was associated with higher income, post-graduation, living in an apartment, younger people, married or single, planned acquisition, small animals and breed dogs. Receiving a dog as a gift was associated with lower education and income, living in a country house or farm, big and neutered animals. The human-animal bond is strengthened by the following factors: being young, female, single or divorced, with medium education and income, that chooses its own pet and is solely responsible for it, neutered dogs, strays, unplanned acquisition, living in a house, with more dogs. The human-animal bond is weakened by older, male, married owners, with high education and income, living in apartment or country house or farm, without other animals, shared responsibilities

regarding the dog, animal chosen by others and having a specific breed. No direct association was found between bond and type of acquisition; however, several indirect associations indicate that the bond is stronger for those who adopted their companion animal than for those who purchased it. In one year period, the bond weakened. In order to avoid that this scenario perpetuates itself, it's imperative to incentive adoption opposed to purchase of companion dogs, to educate children about the real value of animals and change the way they are represented culturally and in the media.

Keywords: Dogs. Companion animal acquisition. Bond. Behavior. Abandonment.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	REVISÃO DE LITERATURA	19
2.1	Teorias de vinculação	19
2.1.1	Psicanálise	19
2.1.2	Análise do comportamento	20
2.1.3	Teoria do apego	22
2.2	Pesquisas internacionais	23
2.3	Pesquisas nacionais	26
3	MATERIAIS E MÉTODOS.....	28
3.1	Delineamento do estudo e coleta de dados	28
3.2	Participantes.....	29
3.3	Análises estatísticas	29
4	RESULTADOS.....	31
4.1	Primeira etapa	31
4.1.1	Características gerais da amostra	31
4.1.2	Características conforme tipo de aquisição	34
4.1.3	Características conforme resultado na escala de vínculo DAQ..	36
4.2	Segunda etapa	41
4.2.1	Características gerais da amostra	41
4.2.2	Características conforme tipo de aquisição	43
4.2.3	Características conforme resultado na escala de vínculo DAQ..	45
4.3	Comparações entre a primeira e segunda etapas	47
4.3.1	Análises múltiplas	48
5	DISCUSSÃO	57
5.1	Primeira Etapa.....	58
5.1.1	Características conforme tipo de aquisição	58
5.1.2	Características conforme resultado na escala de vínculo DAQ..	60
5.2	Segunda etapa	65

5.2.1	Características conforme tipo de aquisição.....	66
5.2.2	Características conforme resultado na escala de vínculo DAQ..	67
5.3	Comparações entre a primeira e segunda etapa	69
6	CONCLUSÕES.....	73
<u> </u>	REFERÊNCIAS	77
<u> </u>	APÊNDICES.....	87
<u> </u>	ANEXO	103

1 INTRODUÇÃO

Na legislação brasileira, mais especificamente no Código Civil, os animais são descritos como “coisas”, “bens móveis” ou “objetos” (BRASIL, 2002). Mas esta concepção não espelha o real *status* dos animais de companhia atualmente, tanto no Brasil quanto no mundo. Por exemplo, nos Estados Unidos, em 1948, a população canina era estimada em 20 milhões de animais (BOSSARD; BOLL; SANGER, 1950). Em 2015, estima-se que existam 77,8 milhões de cães domiciliados neste país, sendo que 54,4% dos lares possui pelo menos um cão (APPA, 2015). Ou seja, houve um aumento constante de um milhão de cães domiciliados por ano, aproximadamente (CARITHERS, 1958). No Brasil, estima-se que existam 52,2 milhões de cães de companhia em 44,3% dos domicílios, sendo esta proporção na Região Sudeste de 42,4%, segundo o IBGE (2013). Na cidade de São Paulo, sabe-se que a razão homem-cão para o município é de 4,34 (4,34 pessoas para cada cão) e que a população de cães domiciliados é estimada em 2.507.401 animais (DIAS, 2013). O mercado de produtos direcionado a eles movimentou 16,7 bilhões de reais em 2014, ficando atrás apenas dos Estados Unidos (G1, 2014; ANTUNES, 2015). A variedade de mercadorias e serviços oferecidos também exemplifica o crescimento deste segmento: hoje não existem somente coleiras, rações e clínicas veterinárias, mas serviços tipicamente humanos destinados aos animais, como padarias, planos de saúde, cirurgias plásticas e manicures especializadas, revelando um movimento de antropomorfização do animal de companhia.

Esta crescente percepção pode ser observada em todo o mundo e já foi objeto de estudos científicos. Serpell (2003) aponta a antropomorfização como necessária para o relacionamento entre humanos e animais, afirmando que, sem a atribuição de sentimentos, pensamentos, desejos e motivações consideradas humanas aos animais, este relacionamento se torna insignificante. Esta atribuição é natural ao homem moderno, o qual desde o nascimento é exposto aos animais, seja através de histórias infantis ou da presença de animais em casa (BRICKEL, 1985). A antropomorfização faz com que o animal de companhia se torne um membro da família, com direito a fotografias, festas de aniversário e rituais fúnebres (BELK,

1996). Ele é visto como um ser dotado de valor, qualidades e características próprias, que lhe conferem personalidade e caráter (BEVERLAND; FARRELY; LIM, 2008).

Para aproximar as suas expectativas aos animais, o homem utilizou a seleção antropomórfica para criá-los (SERPELL, 2003). Desta forma, características físicas e comportamentais foram selecionadas através de cruzamentos específicos, gerando animais que são mais próximos da percepção antropomorfizada do homem. Com isso, no entanto, muitos problemas surgiram. Serpell (2003) aponta a raça buldogue como um exemplo, a qual, para ser esteticamente agradável, sofre de diversos males físicos decorrentes da conformação do focinho, dos membros e da pelve. Muitos animais passam ainda por outras injúrias, não só físicas (como o corte de orelhas e do rabo), mas comportamentais, como ansiedade de separação e comportamentos ritualizados, os quais foram selecionados sem intenção ao se desejar animais mais dependentes ou “leais” (ANDERSON; HENDERSON, 2005; ASHER et al., 2009; SUMMERS et al., 2010; COLLINS et al., 2011; LEROY, 2011; MCMILLAN; DUFFY; SERPELL, 2011; KING; MARSTON; BENNET, 2012; GHIRLANDA et al., 2013; MCMILLAN, 2013). Ghirlanda et al. (2013) apontam que a popularização das raças se dá na cultura pelo apelo *fashion* do cão (influência social) ao invés de por sua função (características intrínsecas) e que raças mais populares têm mais problemas herdados, sugerindo que a saúde dos animais é desconsiderada no momento das práticas de reprodução, bem como na aquisição de um cão. Muitos animais vivem em péssimas condições para procriação, prejudicando sua saúde física e bem-estar (MCMILLAN; DUFFY; SERPELL, 2011). Nos Estados Unidos, há diversas legislações regulamentando os canis de produção, mas muitos estados ainda não possuem leis para proteção destes animais, sendo que mais de 2 milhões de animais são originados desses estabelecimentos (THE HUMANE SOCIETY, 2015). No Brasil, pouco se sabe sobre a realidade dos estabelecimentos que produzem cães de raça para venda, mas há relatos de que as condições podem se assemelhar às observadas nos Estados Unidos (O DIA, 2014; SÃO ROQUE NOTÍCIAS, 2015).

Serpell (2003) traça um limite para o relacionamento do homem com os animais de companhia: não importa o uso que é feito deles, se como membros da família ou como um simples brinquedo, há um limite ético que não se pode ultrapassar, que é a criação (*breeding*) de animais com deficiências físicas e/ou

comportamentais para a conveniência dos padrões da moda. Como Foote (1956) afirma: “*as with his gods, man creates his dogs in his own image*” ou “como os deuses, o homem criou seus cães à sua imagem”.

Será, no entanto, a antropomorfização a razão para a proximidade e alta vinculação entre o ser humano e o cão? Por que gostamos tanto de animais, a ponto de tê-los dentro dos nossos lares, como membros da família?

2 REVISÃO DE LITERATURA

Nesta seção, serão discutidas as teorias de vinculação entre ser humano e cão, e pesquisas internacionais e nacionais nesta área.

2.1 TEORIAS DE VINCULAÇÃO

Algumas perspectivas teóricas elucidam os motivos para a afiliação destas duas espécies: psicanálise, na qual Levinson (1982) descreve a relação com animais de companhia como expressões do eu inconsciente; zoologia comparativa, na qual Archer (1997) descreve a relação como um parasitismo social; a teoria do apego, a qual tem maior número de estudos sistemáticos que utilizam o conceito de apego desenvolvido por Bowlby (1958) para a relação homem-cão; e a análise do comportamento, na qual Brickel (1985) utiliza conceitos como comportamento operante e aprendizagem vicariante, desenvolvido por Bandura (1971).

2.1.1 Psicanálise

Os primeiros relatos de intervenções com utilização de animais são datados dos anos 60, nos trabalhos de Levinson. Este autor afirma que os animais são vistos como simbolicamente importantes, pois são expressões do eu inconsciente. As pessoas são atraídas por este simbolismo e pelo mundo primitivo e não organizado que representam (LEVINSON, 1982; BRICKEL, 1985). Levinson (1965; 1984) aponta que a criança é capaz de conceber o animal de companhia como parte de si e o modo como lida com ele expressa e revela seus problemas no mundo. A aquisição de um animal de companhia na família pode retirar pressões da criança, a qual tem a oportunidade de direcionar seus pensamentos para o animal. Ela, então,

aprende que dividir um objeto de amor não significa perdê-lo, e tampouco o objeto é capaz de amar menos porque é foco do amor de outros.

Freud¹ também comenta a relação que divide com seu cão como sendo

afeição sem ambivalência, a simplicidade de uma vida livre que quase todos os conflitos insuportáveis da civilização, a beleza da existência completa em si próprio; e ainda, apesar de toda a divergência no desenvolvimento orgânico, aquele sentimento de uma afinidade íntima, de uma solidariedade indiscutível (apud BECK; KATCHER, 1996, p. 127, tradução nossa).

2.1.2 Análise do comportamento

Segundo Brickel (1985), a teoria da aprendizagem reflete que aprendemos a perceber que os animais representam uma classe de estímulo saturada de propriedades emocionais. O autor discorre que esta percepção não é inata, mas aprendida primordialmente dentro da família, através de condicionamento clássico, operante e modelagem. O condicionamento clássico é um processo no qual um estímulo neutro é pareado com um estímulo incondicionado, como alimento, adquirindo as propriedades deste estímulo, tornando-se um estímulo condicionado. Em geral, os pais de uma criança funcionam como estímulos reforçadores incondicionados, sendo que sua presença pareada com estímulos neutros, como bichos de pelúcia, os torna estímulos condicionados, também. Este é o início do contato de crianças com animais. Nesta fase, há grande antropomorfização dos animais, pois, nas brincadeiras ou fantasias da criança, os animais são agentes de ações. A literatura infantil cria personagens fantásticos que se comunicam, pensam e agem como humanos, trazendo como consequência uma forte identificação das crianças com estes personagens, a qual pode modelar a maneira de perceber e de se relacionar com os animais. A antropomorfização é, porém, criticada por Anderson e Henderson (2005), as quais apontam os problemas em retratar os animais de forma humanística, uma vez que, ao adquirir um animal, o homem passa a esperar

¹ FREUD, S. **Carta a Marie Bonaparte**, 1936.

certos comportamentos que eles não são filogeneticamente capazes de emitir. Cria-se uma representação deturpada e irreal dos mesmos, que não será compatível com a realidade, podendo gerar descontentamento com o animal adquirido.

A exposição da criança aos elementos da cultura e à mídia envolvendo animais gera outro processo de aprendizagem: a aprendizagem por observação, conceito básico da Teoria de Aprendizagem Social de Bandura (1971). Ela se dá quando informações expostas são integradas ao repertório comportamental sem reforçamento externo, ou seja, a aprendizagem se dá através da observação do comportamento de outra pessoa e das consequências deste (reforçamento vicariante). Dessa forma, quando a criança observa interações positivas com animais, ocorre um novo aprendizado. Isto pode ocorrer tanto através da mídia como também por meio de observação de interações reais da família com o animal de companhia do lar.

A aprendizagem por observação, no entanto, pode ser considerada como um processo de condicionamento operante (modelação) e não uma aprendizagem à parte. Pode-se considerar esta aprendizagem como generalização do comportamento de imitar (MAZUR, 2009) ou comportamento de *matching* (GERWITZ; PELÁEZ-NOGUERAS, 1992). Outra forma da criança aprender a se relacionar com animais é através da consequenciação ativa por parte dos pais a respostas da criança, ou seja, seleção de respostas de aproximações sucessivas com o animal por elogios, beijos e abraços (modelagem) ou pelos próprios comportamentos do animal. Deste modo, a frequência dessas respostas no repertório da criança aumenta.

A força da vinculação da criança no futuro depende dessas primeiras interações positivas ou negativas na infância, criando preferências e construindo uma concepção de família que englobe o animal de companhia (HIRCHMAN, 1994). Esses processos, porém, não são exclusivos de uma época da vida, podendo ocorrer diversas vezes ao longo dos anos (BRICKEL, 1985).

2.1.3 Teoria do apego

Desde 1998, o relacionamento homem-cão tem sido investigado para verificar se este consiste em uma relação de Apego, desenvolvida por Bowlby (1958). Esta teoria surgiu nos anos 50, quando o psicólogo John Bowlby foi designado para a Organização Mundial da Saúde para fazer um relatório sobre a saúde mental de crianças europeias órfãs no pós-guerra. Sua grande conclusão foi que crianças devem experienciar uma relação íntima com seu cuidador para crescerem mentalmente saudáveis. Bowlby definiu comportamento de apego como um comportamento de aproximação com a figura de apego e que persiste ao longo do tempo, cuja função é proteger a criança de perigos ou possibilitar o fornecimento de recursos pelo cuidador (BOWLBY, 1958; BRETHERTON, 1992; TOPÁL et al., 1998).

Apesar de Bowlby ter uma formação psicanalítica, a teoria do apego é derivada de conceitos e métodos etológicos. Logo, pode ser utilizada em estudos comparativos para compreender o sistema de apego. Mary Ainsworth desenvolveu o Teste da Situação Estranha, um procedimento experimental para avaliar comportamentos de apego da criança com sua mãe. Num primeiro momento do teste, mãe e criança estão juntas em uma sala de recreação do laboratório. Pouco tempo depois, uma pessoa desconhecida entra na sala e interage com a criança, enquanto a mãe sai brevemente e depois retorna. Outro momento de separação se segue quando a criança é deixada totalmente sozinha na sala, até que a mãe e a mulher desconhecida retornam (AINSWORTH; BELL, 1970).

A teoria do apego e o Teste da Situação Estranha têm sido utilizados em diversos estudos comparativos, incluindo estudos com cães. Todos os resultados indicam que relacionamento partilhado entre homem e cão está de acordo com os postulados da teoria do apego (TOPÁL et al., 1998; 2005; GÁCSI et al., 2001; ZILCHA-MANO; MIKULINCER; SHAVER, 2011, 2013; REHN; MCGOWAN; KEELING, 2013), ou seja, o cão divide uma relação de proximidade e segurança com o homem, que persiste ao longo do tempo. A função desta relação pode ser a mesma entre humanos: proteção (bem como proteger, por parte do cuidador) e possibilitar fornecimento de recursos.

Bowlby afirma que os vínculos iniciados entre criança e cuidador possibilitam a formação de outros vínculos futuros, entre adultos e adultos (BOWLBY, 1980).

Dentro desta perspectiva, podemos afirmar que vínculo é, então, uma relação na qual: o cão pertence ao senso de identidade e mundo da pessoa; o cão é uma base segura e que transmite confiança para a pessoa; o cão provoca respostas de cuidado por parte da pessoa; e a separação entre o cão e a pessoa gera reações por parte da pessoa (ACHER; IRELAND, 2011).

2.2 PESQUISAS INTERNACIONAIS

Os hábitos de aquisição de cães de companhia de São Paulo e dos Estados Unidos são bem diferentes. Campbell e a American Humane Association listaram em 2012 as origens mais comuns dos cães de companhia. Na pesquisa de Campbell (2012), 508 pessoas foram entrevistadas em 2011 sobre seu cão adquirido nos 12 meses anteriores; na pesquisa da American Humane Association (2012), 500 tutores de cães foram entrevistados em 2012 sobre o último cão que tiveram. Ambas listam as mesmas três principais origens de aquisição: de familiares, amigos ou vizinhos, seguido por abrigos e associações e, em terceiro, criadores. Em Portugal, 74% das pessoas adotaram seus cães, dos quais 44,3% foram adotados de amigos, familiares ou vizinhos, 33,9% adotados diretamente da rua e apenas 11,3% e 10,4% adotados de Canis Municipais e Associações de Animais, respectivamente (REGALADO, 2013).

Alguns trabalhos relatam como certos aspectos, como cuidado, modo de aquisição do cão, características do cão e da pessoa interagem entre si (HARKER; COLLINS; MCNICHOLAS, 2000; FRANK; CARLISLE-FRANK, 2003; MARINELLI et al., 2007; BEVERLAND; FARRELY; LIM, 2008; DOTSON; HYATT, 2008; BLOUIN, 2013; REGALADO, 2013; MEYER; FORKMAN, 2014; GARRISON; WEISS, 2015). Considerando primordialmente características da pessoa e do cão, as pesquisas indicam que as características da pessoa influenciam mais a relação homem-cão. Meyer e Forkman (2014) pesquisaram, na Dinamarca, se características do cão e da pessoa influenciavam a relação homem-cão e identificaram que ter crianças na família e ter o cão apenas para companhia afetavam negativamente a relação. Dotson e Hyatt (2008) investigaram, nos Estados Unidos, as dimensões da relação entre homem-cão e verificaram que determinadas variáveis demográficas da

pessoa, como sexo, idade e escolaridade, e poucas do cão, como raça, influenciavam a relação. Marinelli et al. (2007) pesquisaram, na Itália, como características da pessoa e do cão influenciam a qualidade de vida do cão. Diversas relações foram identificadas. Quanto à qualidade de vida, identificou-se que homens solteiros com cães de raça cuidavam melhor de seus cães. Em relação ao vínculo, observou-se que este aumenta com o tempo com o cão, se a pessoa já teve animais anteriormente e com a quantidade de vínculos emocionais que a pessoa tem e diminui se não há exclusividade na relação com o cão.

Outras pesquisas indicaram como o local de aquisição influencia também a relação homem-cão. Garrison e Weiss (2015) pesquisaram, nos Estados Unidos, o que as pessoas consideram na hora de adquirir um cão de companhia. As autoras identificaram que esta decisão é multifatorial, incluindo características tanto do cão como do local de onde adquirem o animal. A pesquisa de Frank e Carlisle-Frank (2003) investigou, também nos Estados Unidos, as atitudes presentes, passadas e futuras em relação à adoção de cães *versus* compra em canis e *petshops*. Os autores averiguaram que os principais motivos para adquirir um animal de canis ou *petshops* é o fato de procurarem filhotes e animais de raça, além da crença que um cão de abrigo não teria as características procuradas pelas pessoas.

O vínculo desenvolvido a partir das diferentes formas de aquisição e maneiras de ver o animal pode ser diferente, uma vez que o motivo para tal pode variar. De acordo com Beverland, Farrelly e Lim (2008), há basicamente dois motivos para adquirir um cão de companhia: há aqueles que valorizam o cão como um ser individual (motivações intrínsecas) e há aqueles que buscam um cão como parte de um projeto de identidade pessoal (motivações extrínsecas). Agregado a essa ideia, Blouin (2013) descreve três tipos de pessoas que adquirem animais de companhia: os dominionistas, humanistas e protecionistas. Os dominionistas valorizam o animal pelo uso que ele tem, seja proteção, companhia, pastoreio, e têm pouca vinculação com eles. Os humanistas veem os animais como substitutos humanos, valorizando-os principalmente pelos benefícios emocionais. Os protecionistas valorizam todos os animais de forma mais abrangente, vendo-os como criaturas com valor intrínseco e com interesses próprios.

Estas diferentes visões estão diretamente ligadas às expectativas que se têm com a aquisição do cão. Se elas são irreais, aliadas aos comportamentos colaterais gerados pela seleção antropomórfica das raças, a aquisição do cão se torna um

cenário propício para abandono. Comportamentos naturais de cães, como latir, morder, urinar e defecar, podem ser interpretados de forma problemática e, em vista de produzir animais com certas características, comportamentos que acabaram sendo selecionados involuntariamente, como a dependência exagerada, agressão e ansiedade de separação, se tornam uns dos maiores motivos para abandono (ARKOW; DOW, 1984; HOUP; HORNING; REISNER, 1996; PATRONEK et al., 1996; SALMAN et al., 2000; MARSTON; BENNETT; COLEMAN, 2004; MONDELLI et al., 2004; SHORE; DOUGLAS; RILEY, 2005; VUCINIC et al., 2009; SHARKIN; RUFF, 2011; FUH et al., 2012; ALVES et al., 2013).

Outro fator frequente nas pesquisas sobre abandono é a aquisição do animal ser com pouco ou sem custo (ARKOW; DOW, 1984; PATRONEK et al., 1996; SALMAN et al., 1998; NEW et al., 2000), através de amigos, vizinhos ou parentes, ou por insistência de algum membro da família, por exemplo cônjuges ou filhos (SHARKIN; RUFF, 2011). Este tipo de aquisição é realizado sem planejamento ou sem intenção, o que aumenta as chances de expectativas errôneas acerca dos comportamentos e cuidados necessários para manter um animal de companhia.

Por outro lado, uma forma de adquirir um animal sem custo é como presente, a qual contribui também, mas em menor frequência, para o abandono (SCARLETT et al., 1999). Neste caso, parece que a vinculação entre o homem e o cão se dá de forma precária, como imposta pelo caráter de ser um presente e não uma escolha. O trabalho de Kogan e Viney (1998) aponta que, quando é a própria pessoa que escolhe o animal, a chance do vínculo ser forte aumenta e, por conseguinte, o abandono tem chances reduzidas de acontecer. Entretanto, Weiss et al. (2013) apontam que há poucos dados para impedir que animais sejam adotados em abrigos para presentear alguém e que perpetuar esta impressão de que é prejudicial adquirir um animal para dar a alguém contribui para a superlotação de abrigos e para o aumento das eutanásias de animais saudáveis. Beverland, Farrelly e Lim (2008) alertam que estes animais podem ser vistos como brinquedos, para o entretenimento de quem os adquire ou para conferir *status*, e não como seres-vivos com capacidades, características e comportamentos próprios. Muitos são adquiridos por impulso e não através de um planejamento, o que também dá a característica de produto a ser consumido, assim como são os brinquedos (BELK, 1996). Serpell (2003), contudo, afirma que, dentro da perspectiva do animal, este pouco deve

sofrer por ser vestido com roupas ou por ser usado como um acessório *fashion*, uma vez que o simbolismo deste tratamento não é captado pelos animais.

2.3 PESQUISAS NACIONAIS

No Brasil, há poucas pesquisas sobre o tema. Uma delas buscou compreender os motivos para adoções de cães realizadas no canil da prefeitura de Ibiúna, as dificuldades encontradas pelos adotantes e a adaptação pós-adoção (SOTO et al., 2006). Outra buscou identificar as características dos cães adotados, as características dos adotantes e suas motivações para adoções no canil da prefeitura e numa feira de adoção de uma organização não governamental (ONG) em Botucatu (PAPLOSKI et al., 2012). Outro estudo procurou estimar a presença de cães e gatos em Pelotas (RS) e avaliar a guarda responsável (DOMINGUES et al., 2015). Em sua pesquisa, Soto et al. (2006) encontraram que o maior motivo para adotar era gostar de animais e uma dificuldade pós-adoção era o temperamento dos cães. Paploski et al. (2012) também encontraram como motivação para a adoção a afetividade com animais e experiências prévias agradáveis. Mas, em sua pesquisa, apareceu como justificativa para adoção o impulso. A aquisição por impulso confere um caráter de produto, como citado anteriormente, em relação, porém, a animais comprados. Ou seja, animais adotados podem também ser adquiridos de forma impulsiva.

Ainda nesta pesquisa, evidenciou-se que a maioria das adoções foi realizada pela própria pessoa que iria ficar com o cão, mas um quarto foram adoções efetuadas para terceiros (PAPLOSKI et al., 2012). Este dado é problemático, uma vez que, como descrito previamente, as chances de uma vinculação fraca aumentam quando não é a própria pessoa que escolhe o animal (KOGAN; VINEY, 1998), o que pode contribuir para maiores chances de abandono.

Outro dado evidenciado na pesquisa de Paploski et al. (2012) é que a busca por animais sem raça definida foi maior do que por cães de raça. Isto sugere que as pessoas que adotaram cães não o fizeram em busca do *status* que determinada raça poderia conferir. Isto, porém, traz como revés o fato de, por não terem raça definida e a maior parte das adoções ter sido de filhotes, não há previsão de

características destes cães, o que pode gerar abandono, por não serem compatíveis com as expectativas do adotante.

O trabalho de Domingues et al. (2015) identificou que haviam animais de companhia em 58,9% dos domicílios de Pelotas (RS), sendo que a maioria atendeu apenas metade dos critérios de guarda responsável. Além disso, os autores identificaram que o escore de guarda responsável aumenta com a escolaridade e entre moradores de apartamento. Estes dados são preocupantes, uma vez que guarda responsável implica cuidado da saúde física, do ambiente do animal e zelar pelo seu bem-estar. A falta destes cuidados pode, assim como outros fatores mencionados nas pesquisas anteriormente citadas, contribuir para o abandono.

Além destes trabalhos, há um estudo realizado em São Paulo que buscou caracterizar as populações de cães e gatos domiciliados do município de São Paulo. Constatou-se que 73,9% dos cães são adquiridos sem custo (sendo 8,2% destes recebidos de presente) e 26,1% comprados (Dias, 2013).

Vê-se, portanto, que a aquisição de animais de companhia possui diversos fatores que contribuem para esta prática. Adquirir um animal de companhia é uma decisão complexa e repleta de consequências para toda família. Simon² (1984 apud KATZ, 2003, p. 189) afirma que, por parecer uma decisão simples comparada a outras, como casar ou ter filhos, as pessoas não dão devida atenção às repercussões da entrada de um animal de companhia no lar. Toda a interação familiar se altera, afetando o desenvolvimento de cada indivíduo e da família como um todo (LEVINSON, 1982). Além disso, a força do vínculo desenvolvido com o animal determinará seu futuro (HEATH et al., 2001). No Brasil, especificamente na cidade de São Paulo, pouco se sabe sobre as características das aquisições, seja ela a adoção de um cão de companhia, a compra ou o recebimento do animal como presente. Este trabalho visou identificar estas características.

² SIMON, L. J. The pet trap: negative effects of pet-ownership on families. In: ANDERSON, R. K.; HART, B. L.; HART, L. A. (Ed.). **The pet connection: its influence on our health and quality of life.** Minneapolis: Center to Study Human-Animal Relationships and Environments, University of Minnesota, 1984. p. 226-240.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Nesta seção, serão apresentados os materiais e métodos do trabalho.

3.1 DELINEAMENTO DO ESTUDO E COLETA DE DADOS

A coleta de dados se deu em duas etapas: em até um ano da aquisição do cão (primeira etapa) e um ano depois (segunda etapa). Os questionários da primeira etapa continham dados básicos (Apêndice A), de aquisição (Apêndices B, C e D) e a escala de vínculo (Anexo A). Na segunda etapa, foi aplicado um questionário de hábitos do cão e da pessoa (Apêndice E) e novamente a escala de vínculo.

O questionário de aquisição foi elaborado baseando-se na revisão da literatura pertinente, da qual foram extraídos fatores que se mostraram importantes para a temática pesquisada. Foram elaboradas diferentes versões deste questionário para os diversos grupos em que os participantes foram classificados: adotantes (Apêndice B), compradores (Apêndice C) e quem recebeu o cão como presente (Apêndice D). Este questionário foi aplicado até um ano após a aquisição do cão.

O questionário de vínculo utilizado foi o *Dog Attachment Questionnaire* (DAQ) (Anexo A), proposto por Archer e Ireland (2011) e traduzido para o português por Panachão (2012).

O questionário de hábitos do cão e da pessoa (Apêndice E) foi baseado na literatura e elaborado tendo em vista compreender aspectos do cuidado com o cão, bem como da rotina do mesmo.

A primeira etapa iniciou-se com a divulgação do trabalho de pesquisa, a fim de angariar o maior número de pessoas possível. Durante um mês (Fevereiro/Março de 2014), esta divulgação foi feita em grupos e páginas relacionados a animais na rede social *Facebook*, por meio de um folheto e um texto explicativo (Apêndice F) contendo o *link* direto aos questionários em versão eletrônica (hospedados no *Google Docs*). As páginas e grupos do *Facebook* cujo tema estava de acordo com a pesquisa foram contatados para auxiliar na divulgação do folheto e do texto.

A versão eletrônica dos questionários incluiu o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice G), de forma que os participantes só teriam acesso ao questionário caso aceitassem o termo.

Um ano após a primeira etapa, iniciou-se a segunda etapa, na qual os participantes foram abordados ativamente via e-mail (Apêndice H, por meio do e-mail cadastrado no Apêndice A) e convidados a participarem do questionário de hábitos do cão e da pessoa e da reaplicação da escala de vínculo (Anexo A). Foram realizados até quatro contatos por pessoa durante o mês de Fevereiro/Março de 2015. No caso de falta de resposta após uma semana do contato anterior, um e-mail subsequente era enviado.

3.2 PARTICIPANTES

Participaram da primeira etapa da pesquisa 3.182 pessoas, das quais 950 (29,9%) haviam adquirido um cão no último ano (Janeiro de 2013 a Janeiro de 2014) e residiam na cidade de São Paulo. As outras 2.232 (70,1%) pessoas não se encaixaram em pelo menos um desses critérios. Foram excluídas outras 57 pessoas (25 por terem respondido o questionário sobre mais do que um animal, 19 por serem menores de idade, sete por falta de dados importantes e seis por terem respondido o questionário quando já não estavam mais com o animal em questão). Dessa forma, a amostra total válida foi de 893 voluntários.

Na segunda etapa, os 893 voluntários foram novamente contatados após um ano da primeira etapa, sendo que 422 (47,3%) pessoas responderam. Dessas, apenas 11 pessoas não estavam mais com o cão e não foram incluídas em algumas das análises em que estar com o esse era um critério fundamental.

3.3 ANÁLISES ESTATÍSTICAS

A avaliação das variáveis quanto ao tipo de aquisição e resultado na escala de vínculo DAQ na primeira e segunda etapas foi realizada com os testes de qui-

quadrado, coeficientes de correlação de Spearman, Kruskal-Wallis (post hoc U de Mann-Whitney) e U de Mann-Whitney. Para avaliar as mudanças entre a primeira e a segunda etapa, foram realizados: qui-quadrado, Kruskal-Wallis (post hoc U de Mann-Whitney), U de Mann-Whitney, Wilcoxon e McNemar. A escolha de cada teste se deu com base na aderência dos dados à distribuição normal (testada com o teste de Kolmogorov-Smirnov) e na aplicabilidade aos tipos de variáveis em questão. Todos os testes foram realizados no SPSS 17.0 com grau de significância (p) de 5%.

Foram realizadas análises de correspondência simples e múltipla para verificação de associação múltipla entre variáveis com posterior interpretação e visualização gráfica. Esta análise foi realizada com o pacote ca 0.58 (NENADIC; GREENACRE, 2007) do ambiente R (R CORE TEAM, 2015).

4 RESULTADOS

Para maior linearidade do texto, os resultados serão apresentados em três grandes seções: primeira etapa, segunda etapa e comparações entre as etapas. As duas primeiras seções serão divididas em características conforme tipo de aquisição e vínculo, sendo esta analisada separadamente para a amostra total, para a amostra de adotantes, para a de compradores e para a de pessoas que receberam um cão de presente (Quadro 1).

4.1 PRIMEIRA ETAPA

Nesta seção, serão apresentadas as características gerais da amostra na primeira etapa.

4.1.1 Características gerais da amostra

Na primeira etapa, 893 voluntários válidos participaram. A **idade** variou de 18 a 78 anos, com mediana (md) de 31 anos e intervalo interquartil (IIQ) = 13, sendo que 75% dos participantes - número de participantes (n) = 670 - tinham até 39 anos. Acerca do **sexo**, 92,8% (n = 823) dos voluntários foi do sexo feminino e 7,2% (n = 70) do sexo masculino. Em relação ao **estado civil**, 48,2% (n = 430) dos participantes eram solteiros, 45% (n = 402) casados, 6% (n = 54) divorciados e 0,8% (n = 7) viúvos. Quanto à **escolaridade**, pouco mais da metade dos participantes afirmou ter Ensino Superior completo (52,6%; n = 470), pouco menos de um quarto disseram ter pós-graduação (23,4%; n = 209) ou Ensino Médio completo (22,4%; n = 200), enquanto poucos participantes afirmaram ter apenas Ensino Fundamental completo (1,6%; n = 14). Em relação à **renda familiar**, a qual foi classificada com base nos dados utilizando como pontos de cortes os quartis, houve equilíbrio entre o

Quadro 1 – Associações significativas ($p < 0,05$) nos diferentes grupos, nas duas etapas na pesquisa

Variáveis	MODO DE AQUISIÇÃO (PRIMEIRA E SEGUNDA ETAPA)				RESULTADO DA ESCALA (PRIMEIRA ETAPA)				RESULTADO DA ESCALA (PRIMEIRA ETAPA)				RESULTADO DA ESCALA (PRIMEIRA ETAPA)				RESULTADO DA ESCALA (SEGUNDA ETAPA)			
	Grupo Geral	Grupo A	Grupo B	Grupo A(2)	Grupo Geral	Adotante	Comprador	Presente	Grupo A	Adotante	Comprador	Presente	Grupo B	Adotante	Comprador	Presente	Grupo A(2)	Adotante	Comprador	Presente
Primeira Etapa	Idade																			
	Sexo																			
	Estado Civil																			
	Educabilidade																			
	Renda																			
	Responsabilidade																			
	Número de moradores																			
	Local de residência																			
	Há outros cães?																			
	Já teve cães antes?																			
	Quando teve o 1º cão?																			
	Idade do cão																			
	Tempo com o cão																			
	Raça																			
	Esterilização																			
Específicas de cada modo de aquisição	Planejamento																			
	Escolha eu mesmo																			
	Escolha esposo																			
	Escolha namorado																			
	Escolha filhos																			
	Escolha pais																			
	Escolha outros																			
	Para quem eu mesmo																			
	Para quem filhos																			
	Para quem outros																			
	De onde adquiriu																			
	Por que adquiriu assim?																			
	Por que? Virou-lata/Raça																			
	Por que? Adulto																			
	Por que? Outros																			
Específicas Segunda Etapa	Não está com o cão																			
	Há um novo cão?																			
	Há uma nova criança?																			
	Porte																			
	Onde o cão dorme?																			
	Atividade preferida																			
	Cuidado veterinário																			
	Idas ao petshop																			
	Alimentação																			

Legenda: p = nível de significância; n = número de participantes; Grupo Geral ($n = 893$) = amostra total da primeira etapa; Grupo A ($n = 411$) = amostra dos voluntários que participaram das duas etapas; Grupo B ($n = 471$) = amostra de voluntários que participaram somente da primeira etapa; Grupo A(2) ($n = 411$) = amostra dos voluntários da segunda etapa.

Fonte: (FRANK, A. C., 2015).

número de participantes que disseram ter renda familiar de 2 a 5 salários mínimos (31,8%; n = 284), de 5 a 10 salários mínimos (30,2%; n = 270) e de mais de 10 salários mínimos (28,3%; n = 253), sendo que poucos disseram ter renda de até 2 salários mínimos (9,6%; n = 86).

Em relação a características do cão, a **idade** variou de 0 a 180 meses, com mediana de 14 meses (IIC = 16). Sobre a **esterilização**, 54,6% (n = 488) dos cães eram esterilizados e 44,2% (n = 395) não eram. Quanto à **raça**, 53,3% (n = 476) dos cães não tem raça definida e 46,7% (n = 417) tinham raça definida, sendo a mais frequente a Yorkshire, com 12% (n = 50), dentre as 50 raças citadas.

Acerca do **modo de aquisição**, 61,3% (n = 547) dos participantes adotaram, 26,3% (n = 238) compraram e 12,1% (n = 108) ganharam seus cães. A Tabela 1 indica as origens do cão.

Em relação ao **resultado da escala DAQ**, cujo valor mínimo possível é 35 e o máximo 175, variou de 64 a 175 (md = 155 e IIC = 20), sendo que 75% (n = 670) dos participantes tiveram resultado maior que 144.

Tabela 1 – Origens do cão por tipo de aquisição

Origens do cão		n (%)	Total n (%)
Adotados	Da rua	256 (28,7)	457 (51,2)
	De ONG, CCZ, feira de adoção	114 (12,8)	
	De conhecidos	87 (9,7)	
Comprados	Em canil	133 (14,9)	227 (25,4)
	De vendedor particular	70 (7,8)	
	Em <i>petshop</i>	24 (2,7)	
Recebidos de presente	De amigos, namorados, vizinhos ou conhecidos	61 (6,8)	103 (11,5)
	De familiares	42 (4,7)	
Outros			106 (11,9)

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Notas: n = número de participantes.

4.1.2 Características conforme tipo de aquisição

A amostra total será referida como Grupo Geral ($n = 893$), a subamostra dos voluntários que participaram das duas etapas e que ainda estavam com seus cães será referida como Grupo A ($n = 411$) e a subamostra dos voluntários que só participaram da primeira etapa será referida como Grupo B ($n = 471$). Apenas os resultados com diferenças significativas serão destacados. A Tabela 2 mostra estes resultados para o Grupo Geral.

Acerca da **idade**, o valor da idade de quem adotou ($md = 32$ e $IIC = 16$ no Grupo Geral, $md = 31$ e $IIC = 16$ no Grupo B) foi maior do que o valor da idade de quem comprou ($md = 29$ e $IIC = 10$ no Grupo Geral, $md = 31$ e $IIC = 14$ no Grupo B) o cão ($p < 0,01$, no Grupo Geral e $p = 0,01$, no Grupo B).

Em relação à **escolaridade**, pôde-se verificar no Grupo Geral, que ter Ensino Fundamental e Ensino Médio estiveram mais associados a quem ganhou o cão, e pós-graduação a quem comprou o cão ($p < 0,01$). No Grupo A, foi observado que ter pós-graduação esteve mais associado a quem comprou o cão ($p = 0,01$).

Quanto à **renda familiar**, pôde-se verificar a mesma associação em todos os grupos: renda familiar de até 2 salários mínimos esteve mais associada a quem ganhou o cão ($p < 0,01$, em todos os grupos).

Sobre **quantas pessoas moram com o cão e onde o cão mora**, notou-se que morar com duas pessoas esteve mais associado a quem comprou do que a quem adotou ou ganhou o cão ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p = 0,02$ no Grupo A), bem como a morar em apartamento ($p < 0,01$, no Grupo Geral, A e B).

No que diz respeito a se **há outros cães** onde o cão mora e a se o participante **já teve cães anteriormente**, observou-se que ter outros cães onde o cão mora esteve mais associado a quem adotou o cão ($p < 0,01$ no Grupo Geral e B), bem como já ter tido cães em outro momento da vida ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p = 0,03$ no Grupo B).

Acerca da **idade do cão**, pôde-se observar que a mediana da idade dos cães adotados (24 meses no Grupo Geral, 17 meses no Grupo A e 16 meses no Grupo B) foi maior que a mediana da idade dos cães comprados (9,5 meses no Grupo Geral, 12 meses no Grupo A e B) ou ganhos (12 meses no Grupo Geral, 14 meses no Grupo A e 13 meses no Grupo B) ($p < 0,01$, em todos os grupos). Nos grupos Geral e

Tabela 2 – Características conforme tipo de aquisição na primeira etapa do grupo geral

		(continua)		
Variável		Como adquiriu seu cão?		
		Adotei	Comprei	Ganhei
		n (%)	n (%)	n (%)
		total = 547	total = 238	total = 108
Idade		md = 32	md = 29	md = 25
Escolaridade	Ensino Fundamental	9 (64,3)	2 (14,3)	3 (21,4)
	Ensino Médio	128 (64)	35 (17,5)	37 (18,5)
	Ensino Superior	292 (62,1)	128 (27,2)	50 (10,6)
	Pós-graduação	118 (56,5)	73 (34,9)	18 (8,6)
Renda	Até 2 salários mínimos	58 (67,4)	11 (12,8)	17 (19,8)
	De 2 a 5 salários mínimos	205 (72,2)	39 (13,7)	40 (14,1)
	De 5 a 10 salários mínimos	155 (57,4)	92 (34,1)	23 (8,5)
	Mais de 10 salários mínimos	129 (51)	96 (37,9)	28 (11,1)
Raça	SRD	453 (95,2)	1 (0,2)	22 (4,6)
	Cão de raça	94 (22,5)	237 (56,8)	86 (20,6)
Esterilização	Não	174 (44,1)	154 (39)	67 (17)
	Sim	363 (74,4)	84 (17,2)	41 (8,4)
Planejamento	Não	360 (82,2)	26 (5,9)	52 (11,9)
	Sim	187 (41,1)	212 (46,6)	56 (12,3)
Quem escolheu o cão? Eu mesmo	Não	130 (54,4)	39 (16,3)	70 (29,3)
	Sim	417 (63,8)	199 (30,4)	38 (5,8)
Quem escolheu o cão? Esposo(a)	Não	485 (62,4)	190 (24,5)	102 (13,1)
	Sim	62 (53,4)	48 (41,4)	6 (5,2)
Quem escolheu o cão? Namorado(a)	Não	527 (62,7)	214 (25,4)	100 (11,9)
	Sim	20 (38,5)	24 (46,2)	8 (15,4)
Quem escolheu o cão? Outros	Não	501 (63,7)	227 (28,9)	58 (7,4)
	Sim	46 (43)	11 (10,3)	50 (46,7)
Com quantas pessoas o cão mora?	Uma pessoa	49 (68,1)	18 (25)	5 (6,9)
	Duas pessoas	204 (57,5)	114 (32,1)	37 (10,4)
	Três pessoas	135 (64)	55 (26,1)	21 (10)
	Quatro pessoas ou mais	159 (62,4)	51 (20)	45 (17,6)

Tabela 2 – Características conforme tipo de aquisição na primeira etapa do grupo geral (conclusão)

Onde o cão mora?	Casa	389 (67,7)	113 (19,7)	73 (12,7)
	Apartamento	142 (47,8)	121 (40,7)	34 (11,4)
	Chácara/sítio/fazenda	16 (76,2)	4 (19)	1 (4,8)
Há outros cães?	Não	189 (50,7)	134 (35,9)	50 (13,4)
	Sim	358 (68,8)	104 (20)	58 (11,2)
Já teve cães anteriormente?	Não	29 (45,3)	28 (43,8)	7 (10,9)
	Sim	518 (62,5)	210 (25,3)	101 (12,2)

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Notas: n = número de participantes; md = mediana; SRD = sem raça definida.

B, a mediana da idade dos cães ganhos (12 e 13 meses, respectivamente) também foi maior que a mediana da idade dos cães comprados (9,5 e 12 meses, respectivamente) ($p = 0,01$). Quanto à **raça** do cão e à **esterilização**, observou-se que cães sem raça definida e cães esterilizados estiveram mais associados a quem adotou do que a quem comprou ou ganhou um cão ($p < 0,01$, em todos os grupos).

Em relação ao **planejamento da aquisição** e a **quem escolheu o cão**, pôde-se notar que cães adquiridos sem planejamento estiveram associados a quem adotou, bem como cães escolhidos pelo próprio tutor ($p < 0,01$ em todos os grupos). Já cães escolhidos por esposo(a) ($p < 0,01$ no Grupo Geral e B), namorado(a) ($p < 0,01$ no Grupo Geral, $p = 0,01$ no Grupo A e $p = 0,04$ no Grupo B), mãe/pai ($p = 0,04$ no Grupo B) ou outros ($p < 0,01$ em todos os grupos) não estiveram associados a quem adotou o cão.

4.1.3 Características conforme resultado na escala de vínculo DAQ

Nesta seção, serão apresentadas as características conforme o resultado na escala de vínculo DAQ.

4.1.3.1 Grupos de cães adotados, comprados e ganhos

Não foi encontrada correlação entre o **modo de aquisição** e o valor do resultado da escala de vínculo DAQ ($p = 0,12$ no Grupo Geral, $p = 0,07$ no Grupo A e $p = 0,08$ no Grupo B).

No Grupo Geral, pôde-se observar que o valor do resultado da escala de vínculo foi maior quanto menor a **idade** da pessoa ($r = -0,01$, $p < 0,01$). Quanto ao **sexo**, notou-se que o valor do resultado da escala das mulheres foi maior que o valor dos homens, no Grupo Geral ($p < 0,01$) e no Grupo A ($p < 0,01$).

Em relação à **escolaridade**, no Grupo Geral, o valor do resultado da escala de vínculo das pessoas com Ensino Médio foi maior do que das pessoas com Ensino Superior e pós-graduação ($p < 0,01$) e este valor foi também maior para as pessoas com Ensino Superior do que das pessoas com pós-graduação ($p = 0,02$). No Grupo A, o valor do resultado da escala das pessoas com Ensino Médio também foi maior do que das pessoas com pós-graduação ($p < 0,01$).

Quanto à **renda familiar**, o valor do resultado da escala DAQ das pessoas com renda mais baixa foi sempre superior àquelas com renda mais alta: pessoas com até 2 salários mínimos mostraram resultados na escala de vínculo maiores do que das pessoas com renda de 5 a 10 salários mínimos ($p = 0,01$, no Grupo Geral) e com renda maior de 10 salários mínimos ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p < 0,01$ no Grupo A). O valor do resultado da escala das pessoas com renda de 2 a 5 salários mínimos também foi maior do que das pessoas com renda superior: de 5 a 10 salários mínimos ($p = 0,01$ no Grupo Geral) e com mais de 10 salários mínimos ($p < 0,01$ no Grupo Geral, $p = 0,01$ no Grupo A e $p = 0,01$ no Grupo B).

Acerca da **responsabilidade** sobre os cuidados do cão, o valor do resultado da escala das pessoas que são inteiramente responsáveis pelos seus cães foi maior do que das pessoas que dividem essa responsabilidade ($p = 0,01$ no Grupo Geral e $p = 0,03$ no Grupo A) e das pessoas que não são responsáveis pelos cuidados dos seus cães ($p = 0,03$ no Grupo Geral).

Quanto à questão sobre **onde o cão mora**, as pessoas do Grupo A que moram em casa obtiveram valor de resultado da escala de maior do que as pessoas que moram em apartamento ($p = 0,03$). Já quanto a se **há outros cães** onde o cão

mora, o valor do resultado da escala foi maior para as pessoas que têm outros cães, mas somente no grupo Geral ($p = 0,04$).

No Grupo Geral, pôde-se observar que o valor do resultado da escala de vínculo foi maior quanto maior o **tempo com o cão** ($r = - 0,07$, $p = 0,03$).

Sobre o **planejamento** da aquisição do cão, o valor do resultado da escala de vínculo das pessoas que não planejaram a aquisição dos seus cães foi maior do que daquelas que planejaram ($p < 0,01$ no Grupo Geral e no Grupo A).

Em relação a **quem escolheu o cão**, o valor do resultado da escala DAQ foi menor para as pessoas que tiveram seus cães escolhidos pelos filhos ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p < 0,01$ no Grupo B) e o valor do resultado da escala foi maior para quem teve o cão escolhido pelos pais ($p = 0,04$ no Grupo B).

A respeito da **participação** ou não da segunda etapa da pesquisa, observou-se que o valor do resultado da escala DAQ foi maior para quem não participou da segunda etapa do que para quem participou ($p < 0,01$).

4.1.3.2 Grupo de cães adotados

Considerando o grupo de pessoas que adotaram cães, observou-se, no Grupo Geral, 547 participantes, no Grupo A, 263 e no Grupo B, 284 participantes.

Em relação ao **estado civil**, no Grupo A, pôde-se notar que o valor do resultado da escala foi maior para divorciados(as) do que para solteiros(as) e do que para casados(as) ($p = 0,01$).

No que diz respeito à **escolaridade**, no Grupo Geral, observou-se que escolaridade inferior leva a um maior valor do resultado da escala de vínculo: pessoas com Ensino Médio têm resultado maior a pessoas com Ensino Superior ($p = 0,04$) ou pós-graduação ($p < 0,01$), e indivíduos com Ensino Superior têm valor maior do que pessoas com pós-graduação ($p = 0,01$).

Quanto à **renda familiar**, da mesma forma mostrada na seção anterior, o valor do resultado da escala foi maior para pessoas com renda de até 2 salários mínimos do que para pessoas com renda de 5 a 10 salários mínimos ($p = 0,01$ no Grupo Geral e $p = 0,03$ no Grupo A) e para pessoas com renda maior do que 10 salários mínimos ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p < 0,01$ no Grupo A).

A respeito da **responsabilidade** sobre os cuidados do cão, no Grupo A, o valor do resultado da escala foi maior para quem cuida inteiramente do cão do que para quem divide os cuidados com outra pessoa ($p = 0,03$ no Grupo A).

Em relação a **onde mora o cão**, no Grupo Geral, o valor do resultado da escala foi maior para quem mora em casa do que para quem mora em apartamento ($p = 0,03$) e, quanto a se **há outros cães**, esse valor foi maior para quem já tem outros cães ($p = 0,02$).

Acerca do **planejamento** da aquisição do cão, pôde-se observar que o valor do resultado da escala foi maior para quem adquiriu o cão sem planejamento do que para quem planejou a aquisição do animal ($p = 0,01$ no Grupo Geral e $p < 0,01$ no Grupo A).

Sobre **quem escolheu e para quem** foi o cão, observou-se que o valor do resultado da escala foi menor para quem teve o cão escolhido pelos filhos ($p = 0,03$ no Grupo Geral e $p < 0,01$ no Grupo B), assim como para quem adotou o cão para os filhos ($p = 0,03$ no Grupo Geral e $p < 0,01$ no Grupo B).

A respeito **de onde adotou o cão**, pôde-se notar que o valor do resultado da escala de vínculo foi menor para quem adotou o cão de ONGs, CCZs ou feiras de adoção do que para quem adotou de conhecidos ($p < 0,01$ no Grupo Geral e A) ou de quem adotou da rua ($p < 0,01$ no Grupo Geral, $p = 0,01$ no Grupo A e no Grupo B). No Grupo A, pôde-se notar também que este valor foi maior para quem adotou de conhecidos do que para quem adotou de outras fontes não presentes no inquérito ($p = 0,01$).

Quanto ao **porquê desta forma de adoção**, observou-se que o valor do resultado da escala foi maior para quem optou por adotar porque viu o cão na rua do que para quem conhece o trabalho da organização onde adquiriu ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p = 0,01$ no Grupo A) e de quem optou por adotar em um local que tivesse o cão que a pessoa queria ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p < 0,01$ no Grupo A). O valor do resultado da escala foi maior para quem optou por outros motivos não presentes no inquérito do que para quem optou por adotar no local, pois ali tinha o cão desejado pela pessoa ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p = 0,01$ no Grupo A).

Sobre **por que adotar**, pôde-se notar que o valor do resultado da escala foi menor para quem escolheu adotar, pois queria um cão sem raça definida ($p = 0,02$ no Grupo Geral) ou um cão adulto ($p = 0,02$ no Grupo Geral e $p < 0,01$ no Grupo A) do que para quem adotou sem considerar esses critérios.

4.1.3.3 Grupo de cães comprados

Considerando o grupo de pessoas que compraram cães, observou-se 238 participantes no Grupo Geral, sendo o Grupo A com 112 e o Grupo B com 126.

No que tange aos dados básicos, algumas relações puderam ser observadas: acerca da **idade**, o valor do resultado da escala de vínculo foi menor quanto maior a idade ($r = -0,24$, $p < 0,01$ no Grupo Geral e $r = -0,13$, $p < 0,01$ no Grupo B). Quanto ao **sexo**, foi maior para mulheres do que para homens ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p = 0,01$ no Grupo A). Sobre o **estado civil**, no Grupo Geral, o valor do foi maior para solteiros do que para divorciados ($p = 0,02$). Já quanto à **renda familiar**, no Grupo Geral, foi maior para pessoas com renda de 2 a 5 salários mínimos do que para pessoas com renda maior que 10 salários mínimos ($p < 0,01$). Quanto a **onde o cão mora**, no Grupo A, o valor do resultado da escala de vínculo foi maior para quem mora em casa do que para quem mora em chácara/sítio/fazenda ($p = 0,01$).

No Grupo Geral, o valor do resultado da escala foi menor entre quem **planejou** a compra de quem não planejou ($p = 0,04$). No que diz respeito a **quem escolheu o cão**, no Grupo A, o valor do resultado da escala foi maior para quem teve seu cão escolhido pelo namorado(a) do que para quem não teve ($p = 0,03$). Porém, o valor foi menor para quem teve o cão escolhido por outros (exceto esposos, filhos ou pais) do que para quem escolheu de outra forma ($p = 0,03$). Acerca de **para quem foi o cão**, o valor do resultado da escala foi maior para quem adquiriu o cão para si mesmo ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p = 0,03$ no Grupo B) e menor para quem adquiriu o cão para filhos ($p < 0,01$ no Grupo B).

Em relação a **onde comprou o cão**, no Grupo Geral, o valor foi maior para quem comprou o cão em *petshop* do que para quem comprou o cão em canil ($p = 0,01$). Já a respeito do **porque da forma de compra**, no Grupo B, o valor do resultado da escala DAQ foi maior para quem optou por uma forma de compra devido a outros motivos do que por conhecer o trabalho do local onde comprou o cão ($p = 0,01$) ou por recomendação ($p = 0,01$) ou ainda pelo local ter o cão que a pessoa queria ($p < 0,01$). Porém, o valor do resultado da escala foi maior para quem optou pelo local devido à recomendação do que pelo local tinha o cão que a pessoa queria ($p = 0,03$).

Sobre **por que comprar um cão**, o mais baixo valor do resultado da escala foi obtido por quem optou por comprar um cão, pois desejava uma raça específica ($p < 0,01$ no Grupo Geral e B, $p = 0,04$ no Grupo A). Além disso, outros motivos além dos listados no inquérito ocasionaram um valor maior do que os motivos listados ($p < 0,01$ no Grupo Geral e $p < 0,01$ no Grupo B).

4.1.3.4 Grupo de cães ganhos

Considerando o grupo de cães ganhos, tivemos o Grupo Geral com 108, o Grupo A com 47 e o Grupo B com 61 participantes.

Sobre **quando se teve o primeiro cão**, pôde-se observar que o valor do resultado da escala foi maior para pessoas que tiveram o primeiro cão na infância do que para pessoas que tiveram o primeiro cão na adolescência ($p = 0,04$, no Grupo A). Além disso, em relação à **esterilização**, o valor do resultado da escala de vínculo foi maior para as pessoas cujos cães eram esterilizados do que para aquelas cujos cães não eram esterilizados ($p = 0,02$, no Grupo Geral).

4.2 SEGUNDA ETAPA

Nesta seção, serão apresentadas as características gerais da amostra na segunda etapa da pesquisa.

4.2.1 Características gerais da amostra

Na segunda etapa, 47,3% dos participantes da primeira etapa responderam ao segundo contato ($n = 422$). A **idade** variou de 19 a 64 anos, com mediana de 32 anos (IIC = 12,25), sendo que 75% ($n = 316$) dos participantes tinham até 40 anos. A maioria dos voluntários foi do **sexo** feminino (91,9% - $n = 388$) e apenas 8,1% ($n =$

34) do sexo masculino. Em relação ao **estado civil**, 48,6% (n = 205) dos participantes eram solteiros, 44,5% (n = 188) eram casados, 6,4% (n = 27) eram divorciados e apenas 0,5% (n = 2) eram viúvos. Quanto à **escolaridade**, pouco mais da metade dos participantes afirmou ter Ensino Superior completo (54,3% - n = 229), pouco mais de um quarto afirmou ter pós-graduação (29,9% - n = 126), 15,2% (n = 64) afirmaram ter Ensino Médio completo e poucos participantes disseram ter Ensino Fundamental completo (0,7% - n = 3). Em relação à **renda familiar**, a maioria dos participantes apresentou renda familiar de 5 a 10 salários mínimos (32% - n = 135), de 2 a 5 salários mínimos (30,3% - n = 128) e de mais de 10 salários mínimos (28,7% - n = 121), sendo que poucos apresentaram renda de até 2 salários mínimos (9% - n = 38).

Considerando algumas características do cão, a **idade** variou de 12 a 204 meses, sendo a mediana 24 meses (IIC = 28,25). Sobre a **esterilização**, 73,8% dos cães são esterilizados (n = 310) e 26,2% não são (n = 110). Quanto ao sexo do cão, 55% são fêmeas (n = 232) e 45% são machos (n = 190). Em relação à **raça** dos cães, 54% não têm raça definida (n = 228) e 46% têm raça definida (n = 194), sendo a mais frequente a Yorkshire, com 14,4% (n = 28), dentre as 44 raças citadas.

Acerca do **modo de aquisição**, 62,3% (n = 263) dos participantes adotaram, 26,5% (n = 112) compraram e 11,1% (n = 47) ganharam seus cães. Quanto às **origens dos cães**, 27,3% (n = 115) foram adotados da rua, 14,9% (n = 63) foram comprados em canil, 14% (n = 59) foram adotados de ONGs, CCZs ou feiras de adoção, 10% (n = 42) foram adotados de conhecidos, 7,8% (n = 33) foram comprados de vendedores particulares, 5,9% (n = 25) foram presentes de amigos, namorados, vizinhos ou conhecidos, 4,7% (n = 20) foram presentes de familiares, 2,1% (n = 9) foram comprados em *petshops* e 13,3% (n = 56) tiveram outras origens.

Em relação ao **resultado da escala** DAQ, sendo que o resultado mínimo possível é de 35 e o máximo de 175, o resultado dos participantes variou de 96 a 175 (md = 153, IIC = 23), sendo que 75% (n = 316) dos participantes teve resultado maior que 139.

Quanto a se as pessoas **mudaram de casa** e a se **ainda estavam com o cão** que participou da primeira etapa, apenas 20,9% (n = 88) mudaram de casa e apenas 2,6% (n = 11) não estava mais com o cão, sendo que, destes, 63,3% faleceram (n = 7, sendo 6 adotados e 1 comprado) e 36,4% (n = 4, sendo 3 adotados e 1 comprado) foram doados para outras pessoas.

4.2.2 Características conforme tipo de aquisição

A Tabela 3 mostra os resultados significativos. Em relação à **renda familiar**, pôde-se observar que renda de até 2 salários mínimos esteve mais associada a quem ganhou o cão e renda maior que 10 salários mínimos esteve mais associada a quem comprou o cão ($p < 0,01$). Sobre **com quantas pessoas o cão mora**, notou-se que morar com duas pessoas esteve mais relacionado a quem comprou o cão ($p = 0,01$). Quanto a **onde o cão mora**, observou-se que morar em casa esteve mais vinculado a quem adotou, e morar em chácara/sítio/fazenda a quem ganhou o cão ($p < 0,01$).

No que diz respeito a algumas características do cão, em relação à **idade do cão**, notou-se que a mediana da idade dos cães adotados (36 meses) foi maior do que a de cães comprados (22,5 meses) ($p < 0,01$) e ganhos (24 meses) ($p < 0,01$). Já sobre a **esterilização**, viu-se que cães esterilizados estiveram mais associados a quem adotou o cão ($p < 0,01$). Sobre o **porte**, observou-se que cães de porte pequeno estiveram mais vinculados a quem compra e cães de porte grande a quem ganhou o cão ($p < 0,01$). Quanto a **onde o cão dorme**, pôde-se notar que cães que dormem na mesma cama que o participante estão relacionados mais a quem ganhou o cão ($p = 0,02$). Considerando a **atividade** preferida do cão, notou-se que cães que gostam de carinho, de passear e de outras atividades não descritas no inquérito estiveram mais associados a quem adotou, enquanto que cães que gostam de brincar a quem comprou ou ganhou o cão ($p = 0,02$). Em relação ao **cuidado veterinário**, pôde-se dizer que pessoas que levam seu animal ao veterinário somente quando este precisa estiveram mais relacionadas a quem adotou o cão ($p < 0,01$). Quanto a frequentar **petshops**, observou-se que cães que não frequentam o *petshop* estiveram mais vinculados a quem adotou o cão ($p < 0,01$).

Tabela 3 – Características conforme tipo de aquisição na segunda etapa

Variáveis		Como adquiriu seu cão?		
		Adotei	Comprei	Ganhei
		n (%) total = 263	n (%) total = 112	n (%) total = 47
Renda	Até 2 salários mínimos	25 (65,8)	6 (15,8)	7 (18,4)
	De 2 a 5 salários mínimos	88 (68,8)	20 (39)	20 (15,6)
	De 5 a 10 salários mínimos	84 (62,2)	39 (28,9)	12 (8,9)
	Mais de 10 salários mínimos	66 (54,5)	47 (38,8)	8 (6,6)
Com quantas pessoas o cão mora?	Uma pessoa	24 (66,7)	10 (27,8)	2 (5,6)
	Duas pessoas	111 (59)	60 (31,9)	17 (9)
	Três pessoas	59 (62,1)	27 (28,4)	9 (9,5)
	Quatro pessoas ou mais	69 (67)	15 (14,6)	19 (18,4)
Onde o cão mora?	Casa	171 (67,9)	51 (20,2)	30 (11,9)
	Apartamento	87 (54)	59 (36,6)	15 (9,3)
	Chácara/sítio/fazenda	5 (55,6)	2 (22,2)	2 (22,2)
Castração	Não	43 (39,1)	47 (42,7)	20 (18,2)
	Sim	220 (71)	64 (20,6)	26 (8,4)
Dorme	Fora de casa	73 (74,5)	15 (15,3)	10 (10,2)
	Dentro de casa	110 (62,9)	48 (27,4)	17 (9,7)
	Na minha cama	80 (54,1)	48 (32,4)	20 (13,5)
Porte	Grande	35 (55,6)	17 (27)	11 (17,5)
	Médio	165 (81,7)	29 (14,4)	8 (40)
	Pequeno	63 (40,1)	66 (42)	28 (17,8)
Atividade	Brincar	93 (52)	59 (33)	27 (15,1)
	Carinho	83 (71,6)	23 (19,8)	10 (8,6)
	Passear	52 (67,5)	18 (23,4)	7 (9,1)
	Outros	35 (71,4)	11 (22,4)	3 (6,1)
Veterinário	Para consultas de rotina	193 (58,7)	100 (30,4)	36 (10,9)
	Só quando precisa	68 (75,6)	11 (26,5)	11 (12,2)
Petshop	Não	117 (68,8)	30 (17,6)	23 (13,5)
	Sim	144 (57,8)	81 (32,5)	24 (9,6)

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Notas: n = número de participantes; md = mediana.

4.2.3 Características conforme resultado na escala de vínculo DAQ

Nesta seção, serão apresentadas as características conforme o resultado na escala de vínculo DAQ.

4.2.3.1 Grupos de cães adotados, comprados e ganhos

Em relação ao **sexo**, o valor do resultado da escala de vínculo foi maior para o sexo feminino do que para o masculino ($p < 0,01$). Quanto à **renda familiar**, viu-se que o valor foi maior para quem afirmou ter renda de até 2 salários mínimos do que quem disse ter renda de 2 a 5 salários mínimos ($p < 0,01$), de 5 a 10 salários mínimos ($p < 0,01$) e mais que 10 salários mínimos ($p < 0,01$).

Sobre o **porquê de não estar mais com o cão**, nos casos em que isso se aplica ($n = 11$), o valor do resultado da escala DAQ foi maior entre as pessoas cujo cão faleceu e entre as que tiveram que doar seu cão ($p = 0,04$).

A respeito se **há outros cães**, observou-se que quem tem outros cães apresenta um valor maior no resultado da escala do que quem não tem ($p = 0,03$). Já sobre se **há um novo cão**, o valor foi maior para quem tem um novo cão ($p < 0,01$).

Considerando os hábitos do cão, quanto a **onde o cão dorme**, o valor do resultado da escala de vínculo foi maior para aquelas pessoas cujo cão dorme na cama do que para quem tem um cão que dorme fora de casa ($p < 0,01$) ou dentro de casa ($p < 0,01$). Sobre frequentar o **petshop**, o valor foi maior para quem leva o cão sempre ao *petshop* ($p < 0,01$) e, por fim, quanto à **alimentação** do cão, observou-se que o valor da escala de vínculo foi maior para quem alimenta o cão 3 vezes por dia do que para quem alimenta o cão 1 ou 2 vezes ($p = 0,01$) ao dia.

4.2.3.2 Grupo de cães adotados

Neste grupo, foram observados 263 participantes. Em relação à renda, o valor do resultado da escala de vínculo foi maior para quem tem renda de até 2 salários mínimos do que para quem tem renda de 2 a 5 salários mínimos ($p < 0,01$), de 5 a 10 salários mínimos ($p = 0,01$) e de mais de 10 salários mínimos ($p < 0,01$). Quanto a se há um novo cão, esse valor foi maior para quem tem um novo cão do que para quem não tem ($p = 0,01$). Sobre onde o cão dorme, observou-se que o valor da escala de vínculo foi maior para as pessoas que dormem com o cão na cama do que para quem tem o cão dormindo fora de casa ($p < 0,01$) ou dentro de casa ($p < 0,01$).

4.2.3.3 Grupo de cães comprados

Neste grupo, foram 112 participantes. Em relação ao sexo, pôde-se notar que o valor do resultado da escala DAQ foi maior para o sexo feminino do que para o sexo masculino ($p < 0,01$). Quanto a se há um novo cão, o valor foi maior para quem tem um novo cão na casa ($p = 0,01$).

No que diz respeito a algumas características do cão, observou-se que, quanto à **esterilização**, o valor do resultado da escala de vínculo foi maior para quem afirmou que o cão era esterilizado do que para o não esterilizado ($p = 0,04$). Sobre **onde o cão dorme**, ele foi maior para quem afirmou dormir na mesma cama que o cão do que para quem o cão dorme dentro de casa ($p = 0,01$). Por fim, sobre idas ao **petshop**, notou-se que o valor do resultado da escala foi maior para quem tem cães que frequentam o *petshop* do que para quem tem cães que não o frequentam ($p < 0,01$).

4.2.3.4 Grupo de cães ganhos

Neste grupo, foram 47 participantes. Devido à baixa amostragem, poucas diferenças puderam ser constatadas. Sobre se há uma nova criança na casa, observou-se que o valor do resultado da escala de vínculo foi maior para quem tem uma nova criança do que para quem não tem ($p = 0,04$). Em relação ao porte do cão, o valor foi menor para quem tem cães de porte médio do que para quem possui cães de porte grande ($p = 0,01$) ou porte pequeno ($p = 0,04$).

4.3 COMPARAÇÕES ENTRE A PRIMEIRA E SEGUNDA ETAPAS

Em relação à **mudança no resultado da escala** e o **modo de aquisição**, observou-se que não houve relação entre o aumento ou diminuição do vínculo e quem adotou, comprou ou ganhou o cão ($p = 0,7$).

Quanto à **mudança no resultado da escala**, do primeiro para o segundo momento, a frequência de pessoas que apresentaram diminuição do vínculo foi maior, sendo 52% - intervalo de confiança (IC) 47-57% - do que as pessoas que apresentaram aumento do vínculo (44% - IC 39-49%), sendo que somente 3,3% ($n = 14$) mantiveram o mesmo resultado. A mediana do vínculo das pessoas em geral no primeiro momento foi significativamente maior ($md = 154$) do que no segundo ($md = 153$) ($p = 0,02$).

Considerando o **resultado da escala da segunda etapa** e a **alteração no número de pessoas na casa**, viu-se que o valor do resultado da escala no segundo momento foi menor para quem passou a morar com mais pessoas do que para quem passou a morar com menos pessoas ($p = 0,02$) ou com o mesmo número de pessoas ($p < 0,01$).

Sobre a mudança na **esterilização** dos cães, pôde-se ver que a frequência de cães esterilizados aumentou, indo de 55,3% para 73,8% ($p < 0,01$).

No que diz respeito à relação entre **mudança no estado civil** e **mudança no resultado da escala**, pôde-se notar que pessoas que não mudaram o estado civil estiveram mais associadas a resultados menores na escala de vínculo ($p = 0,04$).

4.3.1 Análises múltiplas

Ao analisarem-se as variáveis existentes nas duas etapas com resultados significativos nas análises simples, observou-se que pessoas que ganharam o cão estiveram fortemente associadas com redução da renda e mudança no estado civil. Notou-se também que cães que foram esterilizados estiveram vinculados a lares onde o número de pessoas diminuiu, com mudança no local de residência e onde o número de cães que moram no lar também mudou.

Acerca de características da pessoa (Figura 1), pôde-se notar que pessoas que adotaram o cão estiveram fortemente associadas a uma aquisição sem planejamento, feita por pessoas solteiras e com Ensino Fundamental, apresentando, de modo geral, um aumento no resultado da escala. Além disso, notou-se que homens que compraram cães o fizeram com planejamento. Já pessoas que ganharam seus cães estiveram associadas fortemente a escolaridade de Ensino Médio, alteração na renda familiar e diminuição do resultado da escala de vínculo. Por fim, pessoas que mantiveram a renda estiveram associadas à pós-graduação e ao aumento no resultado da escala de vínculo.

A respeito de características do cão (Figura 2), observou-se forte associação entre cães adotados e porte médio, bem como cães comprados e porte pequeno. Notou-se também relação entre cães ganhos, não esterilizados, que gostam de brincar e passeiam eventualmente. Há associação também de cães que dormem fora de casa e não passeiam, entre aqueles que não frequentam o *petshop* e aqueles que vão ao veterinário só quando é preciso, e entre aqueles que frequentam *petshop* e vão ao veterinário para consultas de rotina.

Figura 1 – Análise de correspondência múltipla entre variáveis relacionadas ao participante

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Legenda: AQU1 – adotantes; AQU2 – compradores; AQU3 – pessoas que receberam o cão de presente; ECL0 – manutenção do estado civil; ECL1 – alteração do estado civil; ESC1 – Ensino Fundamental; ESC2 – Ensino Médio; ESC3 – Ensino Superior; ESC4 – pós-graduação; PLA1 – aquisição sem planejamento; PLA2 – aquisição com planejamento; REN0 – diminuição de renda; REN1 – manutenção de renda; REN2 – aumento de renda; SEX1 – sexo feminino; SEX2 – sexo masculino; VIN0 – diminuição do vínculo; VIN1 – manutenção do vínculo; VIN2 – aumento do vínculo.

Figura 2 – Análise de correspondência múltipla entre variáveis relacionadas ao cão

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Legenda: AQU1 – adotantes; AQU2 – compradores; AQU3 – pessoas que receberam o cão de presente; ATIL1 – atividade preferida brincar; ATIL2 – atividade preferida carinho; ATIL3 – atividade preferida passear; ATIL4 – atividade preferida outros; CAS1 – cão não esterilizado; CAS2 – cão esterilizado; COM1 – alimento sempre disponível; COM2 – alimentação uma ou duas vezes por dia; COM3 – alimentação três vezes por dia; DOR1 – dorme fora de casa; DOR2 – dorme dentro de casa; DOR3 – dorme na cama da pessoa; PAS1 – cão não passeia; PAS2 – cão passeia todos os dias; PAS3 – cão passeia eventualmente; PET1 – cão não frequenta *petshop*; PET2 – cão frequenta *petshop*; POR1 – porte grande; POR2 – porte médio; POR3 – porte pequeno; SXC1 – cão fêmea; SXC2 – cão macho; VET1 – frequenta veterinário para consultas de rotina; VET2 – frequenta veterinário só quando precisa; VIN0 – diminuição do vínculo; VIN1 – manutenção do vínculo; VIN2 – aumento do vínculo.

Considerando-se o modo de aquisição e a mudança no resultado da escala de vínculo, notou-se que pessoas com cães adotados tiveram um aumento no resultado da escala DAQ quando analisadas juntamente com diversas características significativas da pessoa: sexo (Figura 3), mudança no estado civil (Figura 4) e mudança na renda (Figura 5); do lar: mudança na quantidade de pessoas na casa (Figura 6); e do cão: origem (Figura 7). Em algumas dessas análises, a relação da diminuição do resultado da escala DAQ e a compra do cão

também ficou evidente, como mudança no estado civil (Figura 4) e origens do cão com quantidade de pessoas na casa (Figura 8).

Figura 3 – Análise de correspondência múltipla entre as variáveis modo de aquisição, sexo da pessoa e mudança no vínculo

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Legenda: AQU1 – adotantes; AQU2 – compradores; AQU3 – pessoas que receberam o cão de presente; SEX1 – sexo feminino; SEX2 – sexo masculino; VIN0 – diminuição do vínculo; VIN1 – manutenção do vínculo; VIN2 – aumento do vínculo.

Figura 4 – Análise de correspondência múltipla entre alteração do estado civil, modo de aquisição e mudança no vínculo

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Legenda: AQU1 – adotantes; AQU2 – compradores; AQU3 – pessoas que receberam o cão de presente; ECL0 – manutenção do estado civil; ECL1 – alteração do estado civil; ESC1 – Ensino Fundamental; VIN0 – diminuição do vínculo; VIN1 – manutenção do vínculo; VIN2 – aumento do vínculo.

Figura 5 – Análise de correspondência múltipla entre modo de aquisição, alteração na renda e mudança no vínculo

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Legenda: AQU1 – adotantes; AQU2 – compradores; AQU3 – pessoas que receberam o cão de presente; REN0 – diminuição de renda; REN1 – manutenção de renda; REN2 – aumento de renda; VIN0 – diminuição do vínculo; VIN1 – manutenção do vínculo; VIN2 – aumento do vínculo.

Figura 6 – Análise de correspondência múltipla entre modo de aquisição, alteração da quantidade de pessoas na casa e mudança do vínculo

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Legenda: AQU1 – adotantes; AQU2 – compradores; AQU3 – pessoas que receberam o cão de presente; QTM0 – diminuição da quantidade de pessoas na casa; QTM1 – manutenção da quantidade de pessoas na casa; QTM2 – aumento na quantidade de pessoas na casa; VIN0 – diminuição do vínculo; VIN1 – manutenção do vínculo; VIN2 – aumento do vínculo.

Figura 7 – Análise de correspondência múltipla entre o modo de aquisição, as origens do cão e a mudança no vínculo

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Legenda: AQU1 – adotantes; AQU2 – compradores; AQU3 – pessoas que receberam o cão de presente; ORI1 – adotado de ONG, CCZ ou feira de adoção; ORI2 – adotado de conhecidos; ORI3 – adotado da rua; ORI4 – comprado em *petshop*; ORI5 – comprado em canil; ORI6 – comprado de vendedor particular; ORI7 – presente de familiares; ORI8 – presente de amigos; ORI9 – outros; VIN0 – diminuição do vínculo; VIN1 – manutenção do vínculo; VIN2 – aumento do vínculo.

Figura 8 – Análise de correspondência múltipla entre as origens do cão, alteração da quantidade de pessoas na casa e mudança no vínculo

Fonte: Alice de Carvalho Frank (2015).

Legenda: AQU1 – adotantes; AQU2 – compradores; AQU3 – pessoas que receberam o cão de presente; ORI1 – adotado de ONG, CCZ ou feira de adoção; ORI2 – adotado de conhecidos; ORI3 – adotado da rua; ORI4 – comprado em *petshop*; ORI5 – comprado em canil; ORI6 – comprado de vendedor particular; ORI7 – presente de familiares; ORI8 – presente de amigos; ORI9 – outros; QTM0 – diminuição da quantidade de pessoas na casa; QTM1 – manutenção da quantidade de pessoas na casa; QTM2 – aumento na quantidade de pessoas na casa; VIN0 – diminuição do vínculo; VIN1 – manutenção do vínculo; VIN2 – aumento do vínculo.

5 DISCUSSÃO

Na nossa sociedade, cães de companhia são sujeitos e objetos ao mesmo tempo: ora membros da família, detentores de personalidades, com identidades e vontades próprias, ora brinquedos, dominados, usados e sujeitos à posse, como o substantivo “dono” já identifica (neste trabalho, o termo “dono” foi substituído por “tutor”). Algumas pessoas optam por viver com eles, pois são fontes de prazer, segurança, confiabilidade e estabilidade (BRICKEL, 1985; BELK, 1996; ARCHER, 1997; BLOUIN, 2013). Outros optam por tê-los para preencher uma imagem que fazem de si, pela necessidade de poder e dominância ou por status (BELK, 1988; 1996; BEVERLAND; FARRELY; LIM, 2008; BLOUIN, 2013). O modo de aquisição dos cães de companhia diz muito sobre essas características, uma vez que eles podem ter sido fruto de uma compra impulsiva, achados na rua, recebidos como presente, dados por amigos ou vizinhos ou por alguém que não podia mais cuidar do cão. Segundo Belk (1996), é exceção a pessoa que adquiriu o cão através de um planejamento cuidadoso.

Alguns trabalhos relatam como certos aspectos, como cuidado, guarda responsável, características do cão e do tutor (SOTO et al., 2006; FRANK e CARLISLE-FRANK, 2003; MARINELLI et al., 2007; DOTSON; HYATT, 2008; PAPLOSKI et al., 2012; REGALADO, 2013; GARRISON; WEISS, 2014; DOMINGUES et al., 2015), se desenvolvem considerando o modo de aquisição do cão, mas poucos relacionam este com o vínculo (BELK, 1996; KOGAN; VINEY, 1998; BEVERLAND; FARRELY; LIM, 2008). Este trabalho identificou como o vínculo é afetado pelo modo de aquisição, por meio de uma descrição sobre a população que participou da pesquisa, de uma análise sobre como os cães de companhia são adquiridos em São Paulo e sobre o vínculo desenvolvido entre as pessoas e seus cães.

5.1 PRIMEIRA ETAPA

As proporções encontradas no presente trabalho se assemelham às proporções encontradas por Dias (2013): 61,3% e 65,7% dos cães são adotados, 26,3% e 26,1% são comprados e 12,1% e 8,2% foram recebidos de presente.

5.1.1 Características conforme tipo de aquisição

Algumas características do tutor e do cão foram investigadas. Um foco maior foi dado às características do tutor, considerando o apontamento de Marinelli et al. (2007) de que este é o membro principal da díade pessoa-cão, pois cabe a ele decidir o início e o fim de tal relação (ARCHER, 1997; SMITH³, 1983 apud HARKER; COLLINS; MCNICHOLAS, 2000, p. 191). No entanto, desconsiderar completamente aspectos do cão seria uma posição equivocada. Apesar de o humano ter criado raças que realçam características de dependência do cão, Foote (1956) aponta que, ao contrário do cavalo, por exemplo, que perdeu sua utilidade para o carro durante a urbanização, o cão apresenta uma incrível capacidade de sobrevivência no meio urbanizado, tanto nas ruas como em sua convivência com o homem dentro das casas.

Considerando, então, as **características do tutor**, dentre os aspectos sociais, o presente estudo não foi representativo da demografia da cidade de São Paulo. Porém, considerando que o foco do trabalho foi selecionar voluntários que haviam adquirido um cão no último ano, a demografia não foi ajustada (FRANK; CARLISLE-FRANK, 2003). O presente estudo apontou que pessoas mais jovens estiveram mais associadas a quem comprou o cão, sendo que 99,6% destes são de raça. Este resultado está de acordo com o trabalho de Beverland, Farrelly e Lim (2008), no qual pessoas mais jovens tiveram preferência por cães de raça como parte de um projeto de identidade pessoal. Possivelmente, os jovens da atualidade,

³ SMITH, S. L. Interactions between pet dog and family members: an ethological study. In: KATCHER, A. H.; BECK, A. M. (Ed.). **New perspectives on our lives with companion animals**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1983. p. 29-36.

expostos à dinâmica de consumo moderno desde o nascimento, mantêm o padrão em relação à aquisição e manutenção do cão, como pode ser constatado pelo aumento do mercado de produtos *pet* (ANTUNES, 2015).

Já escolaridade e renda mais baixas estiveram associadas a quem ganhou um cão, bem como foi apontado no trabalho de Domingues et al. (2015). Na realidade de São Paulo, assim como da grande maioria das cidades, pessoas com escolaridade mais baixa têm rendas menores (SALVATO; FERREIRA; DUARTE, 2010; SPERS; NAKANDAKARE, 2013), sendo o baixo poder financeiro um impeditivo para a compra de um cão. A adoção também é afetada negativamente pela baixa renda, uma vez que esta decisão muitas vezes é realizada dentro do núcleo familiar, então os custos de manutenção do animal são discutidos e a decisão pela não aquisição de um cão pode prevalecer. Em contrapartida, quando o cão é recebido como presente, a opinião familiar tende a pesar menos, gerando a tendência observada neste trabalho.

Ter pós-graduação esteve mais associado a quem comprou o cão e, considerando que a grande maioria dos cães comprados é de raça (na amostra deste trabalho, 99,6%), compreende-se que há um alto valor monetário agregado ao animal, o qual pode ser pago com mais frequência e facilidade por quem tem escolaridade alta e, possivelmente, maior renda. Esta relação também foi evidenciada quanto à moradia, sendo que quem compra seus cães de companhia mora preferencialmente em apartamento, indicando bom poder aquisitivo dessas pessoas, assim como apontado na pesquisa de Domingues et al. (2015). Além disso, como o número de moradores por moradia associado a este tipo de aquisição é baixo, são possivelmente casais (dois moradores somente) que tendem a comprar o animal. Corroborando este dado, a pesquisa de Paploski et al. (2012) indica que famílias tendem a adotar mais do que comprar.

Dentre as **características do cão**, a idade variou muito de acordo com sua origem, pois cães colocados para adoção são de todas as idades, já cães vendidos são predominantemente filhotes. Este estudo evidenciou isto, pois a mediana da idade dos cães adotados foi por volta do dobro da mediana da idade dos cães comprados ou ganhos, e a mediana destes últimos foi também maior do que a dos cães comprados. Como já se poderia prever, cães sem raça definida estiveram mais associados a cães adotados, sendo que apenas um cão comprado (0,4%) e poucos ganhos de presente (20,4%), possivelmente provenientes de ninhadas de

conhecidos ou familiares, eram sem raça definida. No presente estudo, metade dos cães é esterilizada, taxa que difere muito do estudo de Domingues et al. (2015), realizado em Pelotas (RS), onde apenas 19% dos cães eram esterilizados. Já nos Estados Unidos, Campbell (2012) cita uma taxa alta de cães esterilizados (66%), sendo que um terço desses já foram adquiridos assim. No presente estudo, a maior parte dos cães esterilizados é adotada, o que sugere três possibilidades: por ter outros animais na casa (65,4% das pessoas que adotam têm outros cães), os adotantes optam por animais esterilizados; e/ou os locais de doação de cães estão trabalhando com animais esterilizados; e/ou pessoas que optam por adotar têm mais conhecimento, já que a maioria dos adotantes tem experiência prévia em ter cães, acerca dos benefícios da esterilização e do problema da superpopulação de animais em São Paulo, optando, por conseguinte, por esterilizar seus animais.

Sobre as **características da aquisição**, apesar de Belk (1996) apontar que a compra de cães pode ser impulsiva, este estudo evidenciou que a adoção de cães foi realizada de forma menos planejada que a compra. No entanto, não se pode afirmar que falta de planejamento é equivalente à impulsividade. O não planejamento das adoções pode se dever ao fato de que a maioria dos cães adotados (46,8%) foi pego da rua, situação na qual não há planejamento. Porém, na maioria das casas dos adotantes há outros cães, ou seja, parte dos itens que compõem o inquérito sobre planejamento (ração, compra de acessórios, etc.) já está presente na casa, dada a existência de outro animal. Isso indica uma inclinação maior das pessoas que adotam a ter mais cães.

5.1.2 Características conforme resultado na escala de vínculo DAQ

Um dos objetivos principais deste estudo foi averiguar se o vínculo entre os tutores e seus cães variaria de acordo com o modo de aquisição, conforme trabalhos citados anteriormente poderiam indicar. Porém, ao contrário do que foi especulado, verificou-se que não há relação direta entre o modo de aquisição e o vínculo formado pelas pessoas com seus cães, mas outros fatores foram importantes para a formação do vínculo. A escala DAQ, assim como toda escala autoaplicada, apresenta o problema de não se saber se as pessoas de fato se comportam como

reportado (SHORE; DOUGLAS; RILEY, 2005). Possivelmente, porque os participantes querem aparentar alto cuidado e afeto, a mediana geral do vínculo foi maior que a mediana da escala, considerando seu limite mínimo e máximo. Além disso, há também a possibilidade de que optaram por responder pessoas mais vinculadas a seus animais e, logo, com mais interesse no tema. No entanto, Archer e Ireland (2011) apontam no trabalho de construção da escala que ela indica um alto nível de vínculo com os animais.

Em relação às **características do tutor**, como averiguado na pesquisa de Dotson e Hyatt (2008), pessoas mais jovens mostraram maior vínculo com seus cães. Isso pode se dever a efeitos geracionais, como adiamento na formação de famílias ou à maior flexibilidade no estilo de vida, que podem refletir em mais tempo para passar com o cão, conforme sugerem os autores.

Neste trabalho, 92,8% dos participantes são do sexo feminino. Marinelli et al. (2007) e Shore, Douglas e Riley (2005) apontam que mais mulheres participam de estudos envolvendo tutores e seus cães, sendo que este trabalho não é exceção. Porém, diferentemente do que o estudo desses autores sugere, esta pesquisa mostrou que as mulheres têm maior vínculo com seus cães do que homens, o que está em concordância com outros trabalhos (KIDD; KIDD; GEORGE, 1992; DOTSON; HYATT, 2008). No entanto, uma revisão de diversas pesquisas mostrou que as diferenças quanto ao vínculo são bem pequenas considerando o sexo dos participantes (HERZOG, 2007). Sobre o estado civil, alguns estudos (ALBERT; BULCRUOFT⁴, 1987 apud ARCHER 1997, p. 244; MARINELLI et al., 2007; DOTSON; HYATT, 2008) apontam que solteiros apresentam maior vínculo. Neste trabalho, esta relação também foi verificada entre as pessoas que compraram um cão. Considerando que pessoas solteiras tendem a ser mais jovens e muitas vezes moram sozinhas, elas podem ver o animal como um companheiro nessa etapa da vida. Albert e Bulcruoft⁴ (1987, apud ARCHER 1997, p. 244) também encontraram uma relação entre vínculos maiores e pessoas divorciadas. Entre o grupo de pessoas que adotaram seus cães, esta relação também foi identificada neste trabalho, sendo que esta pode ser uma característica específica deste tipo de tutor. Pôde-se pensar que são pessoas que perderam algum laço emocional e o cão pode ter aparecido como uma opção para suprir este vínculo quebrado.

⁴ ALBERT, A.; BULCROFT, K. Pets and urban life. **Anthrozoos**, v. 1, n. 1, p. 9-25, 1987.

No estudo de Marinelli et al. (2007), a escolaridade influenciou negativamente o vínculo com o cão, aumentando até o Ensino Médio e decaindo a partir daí. No presente estudo, pôde-se observar relação semelhante: o aumento da escolaridade diminuiu o vínculo entre tutor e cão, fato que é corroborado pelo aumento da idade influenciar negativamente o vínculo, uma vez que pessoas mais velhas tendem a ter maior nível de escolaridade. Marinelli et al. (2007) cita que a relação entre escolaridade e vínculo também foi encontrada em outros estudos da área (LAGO et al.⁵, 1987; apud MARINELLI et al., 2007, p. 153; JOHNSON; GARRITY; STALLONES⁶, 1992 apud MARINELLI et al., 2007, p. 153). Em um trabalho no Brasil, viu-se que a escolaridade influenciou positivamente a guarda responsável (DOMINGUES et al., 2015). Não podemos afirmar, no entanto, que cuidado e guarda responsável estão diretamente relacionadas ao nível de vínculo desenvolvido entre tutor e cão. Como escolaridade e renda são correlacionadas no presente estudo, o vínculo também foi decaindo com o aumento da renda, fator não observado na pesquisa de Marinelli et al. (2007).

No presente estudo, o vínculo foi maior para quem mora em casa do que para quem mora em apartamento ou chácara/sítio/fazenda. A pesquisa de Marinelli et al. (2007) identificou que, ao contrário de suposições populares, cães que vivem em casas grandes, com jardim ou quintal, consideradas boas acomodações para um cão, eram menos cuidados. Já em um estudo conduzido em Pelotas (RS), observou-se que pessoas que moravam em apartamento apresentavam mais guarda responsável (DOMINGUES et al., 2015). Como dito anteriormente, porém, cuidado e guarda responsável podem não ser indicadores de vínculo. No entanto, pode-se especular que o vínculo ser menor entre quem mora em apartamento pode estar ligado ao fato de pessoas com rendas maiores morarem em apartamento e de que a maior parte dos compradores também mora em apartamento, sendo que estas características estão ligadas a vínculos menores.

Outro ponto sugerido por Marinelli et al. (2007) é de que a exclusividade no vínculo é determinante, sendo menor se as responsabilidades sobre o cão são partilhadas e se há outros cães na residência. Se o cão é inteiramente cuidado pelo

⁵ LAGO, D.; KAFER, R.; DELANEY, M.; CONNELL, C. Assessment of favorable attitudes toward pets: development and preliminary validation of self-report pet relationships scales. **Anthrozoos**, v. 1, n. 4, p. 240–254, 1987.

⁶ JOHNSON, T. P.; GARRITY, T. F.; STALLONES, L. Psychometric evaluation of the Lexington Attachment to Pets Scale (LAPS). **Anthrozoos**, v. 5, n. 3, p. 160–175, 1992.

tutor, o vínculo é maior do que se os cuidados são divididos com outros membros da família ou se não são responsáveis por estes cuidados. Isto está relacionado ao tempo passado com o cão, sendo que quanto mais tempo dedicado ao animal, mais chances do vínculo se estabelecer de forma mais forte, o que é corroborado pelo presente estudo e por Shore, Douglas e Riley (2005). No entanto, bem como o de Meyer e Forkman (2014), o presente trabalho indica que ter outros cães está positivamente associado ao vínculo. Pôde-se supor que pessoas que adquirem mais de um cão de companhia são pessoas que apreciam sua presença e têm disposição para ter múltiplos animais.

Considerando as **características do cão**, o vínculo maior entre tutores e cães esterilizados pode indicar que quem esteriliza seus animais tem mais conhecimentos sobre os benefícios da esterilização. No entanto, isto deve ser visto com cautela, pois somente no grupo de presenteados esta relação foi notada, sendo uma amostra menor ($n = 108$) em comparação aos adotados e comprados.

Sobre as **características da aquisição**, os hábitos de aquisição de cães de companhia de São Paulo e dos Estados Unidos são bem diferentes. No presente estudo, podemos ver que cães adotados são maioria, mas são adotados da rua primeiramente, sendo que na pesquisa de Frank e Carlisle-Frank (2003), de Campbell (2012) e da American Humane Association (2012), apenas 8,7%, 8% e 4%, respectivamente, indicaram que adotaram um cão de rua, provavelmente porque a população de cães de rua nos Estados Unidos é menor que a de São Paulo. Comparando São Paulo e Portugal, vemos mais semelhanças, já que 33,9% dos cães adotados foram de rua (REGALADO, 2013). Apesar de Belk (1996) sugerir que aquisições como esta ou provenientes de ninhadas de amigos ou vizinhos sejam aquisições por impulso e são uma forma de objetificação do cão de companhia, este estudo evidenciou que pessoas que não planejaram a aquisição de seus cães têm maior vínculo com eles. Estas pessoas são em sua maioria adotantes, que, pelo que foi visto em outros pontos do estudo, gostam de animais de forma global, sendo protecionistas, na visão de Blouin (2013). São pessoas que já possuem outros animais e que, possivelmente, por este interesse global acerca das questões animais, conhecem a dinâmica de superpopulação dos cães de rua na cidade e já têm a casa preparada para receber cães se necessário.

Outro fator que fortalece o vínculo está relacionado à escolha do cão. O trabalho de Kogan e Viney (1998) aponta que o vínculo de quem escolhe o próprio

animal é maior do que o de quem tem o animal escolhido por terceiros. Os autores argumentam que isso se pode dever ao que a Teoria do Apego chama de modelos internos (figuras de apego internalizadas na infância). Ao longo da vida, o indivíduo formará vínculos de acordo com os modelos criados quando criança; logo, se ele escolhe seu cão, o fará seguindo o modelo internalizado na infância. Segundo a análise do comportamento, este modelo segue características das experiências positivas que a pessoa teve na infância. Porém, se o cão for escolhido por outra pessoa, ele não seguirá o modelo do tutor, mas, sim, o deste terceiro que escolheu o animal, podendo comprometer ou fragilizar a formação do vínculo. Na presente pesquisa, adotantes tendem a escolher eles mesmos seus animais e, como previsto pelos autores, o vínculo foi menor para aqueles que tiveram seu cão escolhidos por terceiros, exceto entre quem comprou o cão, pois dentro desse grupo o vínculo foi maior para quem teve o cão escolhido pelo namorado(a). Uma hipótese para tal seria que quem compra um cão de companhia é um casal solteiro, mas que mora junto e se conhece bem.

Quanto ao vínculo desenvolvido, neste estudo observou-se que o vínculo é maior para quem adotou o cão da rua ou de conhecidos do que para quem adotou de ONGs, CCZs, feiras de adoção ou outras fontes não citadas no inquérito. Pôde-se pensar em duas hipóteses: quem adotou um cão da rua é diferente de quem adotou o cão de outras fontes e quem adotou o cão de conhecidos possivelmente passou algum tempo com o animal previamente. Considerando a primeira hipótese, quem se dispõe a abrigar um cão de rua possivelmente é uma pessoa com um grande interesse por animais. Como visto anteriormente, adotantes tendem a possuir mais cães e podem já estar preparados para adotar caso encontrem um cão necessitando de cuidados. Quem optou por esta forma de adoção também teve o vínculo maior, fato que deve estar ligado aos motivos especulados acima de adquirir um cão de rua. Já sobre os adotantes que adquiriram seus cães de conhecidos, é possível que eles tenham passado algum tempo com este cão antes de adotá-lo, sendo que o vínculo pode ter se desenvolvido antes mesmo do cão ser adotado de fato.

A maior parte dos cães comprados foi adquirida em canis, porém, o vínculo foi maior entre aqueles que compraram em *petshops*. Possivelmente, esta pode ter sido uma compra impulsiva de alguém que já tem um apreço por cães e cedeu à compra no momento em que viu o animal. A pessoa pode também frequentar o *petshop*,

tendo algum contato com o cão previamente à compra, sendo o desenvolvimento do vínculo anterior à aquisição do animal. O estabelecimento pode também contribuir para a compra, estimulando a aquisição através de estratégias de venda.

Para quem optou por adotar querendo um cão sem raça definida ou adulto, o vínculo foi menor do que para quem adotou sem considerar estes critérios. Com quem comprou querendo uma raça específica ocorreu o mesmo. Isso indica que quem opta por adquirir um cão com certas características pré-determinadas acaba desenvolvendo um vínculo menor. Este fato está de acordo com o que Beverland, Farrelly e Lim (2008) sugerem: deve-se adquirir um cão pelo valor intrínseco dele e não pelo que ele fornece quanto ao projeto pessoal do tutor. Porém, o que distingue bem o adotante do comprador é que grande parte dos compradores opta por comprar porque deseja um cão de determinada raça. Isso é problemático, pensando que o vínculo desenvolvido entre os compradores e seus cães pode ser mais baixo, podendo ocasionar em abandono do cão quando este não cumprir suas expectativas.

Ao contrário do esperado, as pessoas que não responderam ao contato realizado um ano após o primeiro, não participando da segunda etapa da pesquisa, tiveram maior vínculo com seus cães. Foi especulado que quem optou por participar das duas coletas de dados teria um apreço maior por animais, resultando em maior vínculo, mas isto não foi observado. Nota-se que vínculo maior não está relacionado com maior probabilidade de participar de pesquisas sobre seu animal. No entanto, este fato ameniza a suposição de que pessoas com vínculos mais elevados tendem a participar de pesquisas sobre seus animais, sugerindo que esta amostra pode ser representativa do vínculo real das pessoas com seus cães.

5.2 SEGUNDA ETAPA

Na segunda etapa, menos relações estatisticamente significativas puderam ser feitas devido ao menor tamanho da amostra e, por conseguinte, menor tamanho das subamostras.

5.2.1 Características conforme tipo de aquisição

Algumas relações observadas na primeira etapa se mantiveram na segunda, como renda e quantidade de pessoas morando com o cão, que não serão discutidas novamente. Quanto às características do cão, certas relações também se repetiram, como a esterilização e a idade do cão. Outras, não averiguadas na primeira etapa (porte, local onde o cão dorme, atividade preferida, idas ao veterinário e ao *petshop*), apresentaram relações significativas com o modo de aquisição. Quanto ao porte do cão, entende-se que, dado que a maior parte dos compradores mora em apartamento, estes buscaram animais pequenos para conviver bem dentro de um ambiente fisicamente limitado. O impacto da verticalização das cidades também é visto no crescente número de gatos no Brasil nos últimos anos (THE SÃO PAULO TIMES, 2014). Já quanto aos cães que foram recebidos de presente, entende-se a relação entre porte grande e este tipo de aquisição como associada à moradia destas pessoas (chácara/sítio/fazenda). Dado o maior espaço físico que estas moradias têm, compreende-se a possibilidade de presentear uma pessoa com um animal de porte maior, seja para companhia, pastoreio ou segurança. No entanto, é interessante notar que estas pessoas dividem suas camas com seus cães, mesmo com porte grande. Em relação às diferentes preferências quanto às atividades do cão, pôde-se especular que a preferência por carinho e passeio entre cães adotados em relação aos outros modos de aquisição deva-se a dois fatores: à possibilidade de serem cães abandonados e que viveram na rua longe de contato humano e, por isso, valorizam e buscam este contato na forma de carinho, e ao fato da maioria dos cães adotados morar em casa, sendo que não passeiam com frequência, valorizando também esta atividade. Já a preferência por brincar entre cães comprados e ganhos, pôde-se imaginar que, quanto aos cães comprados, por morarem com menos pessoas, devam passar parte do dia sozinhos e sem gastar energia, então o cão valoriza mais atividades como brincar. Além disso, pode-se pensar que, dada a menor idade dos animais comprados e recebidos de presente, muitos tutores resistam a passear com eles, dadas às recomendações veterinárias acerca das vacinas a serem tomadas.

Esta pesquisa mostrou também que cães adotados vão com menor frequência ao veterinário. Como apontado por Marinelli et al. (2007), isto pode dever-

se ao fato de tutores que adotam em geral já terem tido cães anteriormente, estarem sempre em contato com cães e conhecerem melhor seus comportamentos, sabendo quando é ou não necessário levar ao veterinário. Se a baixa renda fosse um fator que contribuísse para as idas ao veterinário, as pessoas que ganham seus cães iriam menos ao veterinário também, mas esta relação não foi encontrada. Além disso, há a visão popular de que cães sem raça definida são cães fortes, necessitando ir ao veterinário apenas quando necessário, pois sua variabilidade genética é maior em comparação aos cães de raça, que apresentam grande quantidade e diversidade enfermidades inerentes às raças. Assim como ir ao veterinário, Blouin (2013) afirma que ir ao *petshop* pode ser sinônimo de cuidado, mas também de objetificação e dominância, sendo necessário ou desejável que o cão tenha determinada aparência. Como a maior parte dos cães de raça foram comprados ou ganhos, supõe-se que seus tutores os levam ao *petshop* para manter a tosa característica de determinadas raças ou para banho, considerando que cães comprados moram mais em apartamentos, o que pode dificultar o banho em domicílio, se a área de serviço é pequena ou se não há uma área descoberta para o cão se secar ao sol. Isto não está necessariamente ligado a uma visão superficial dos cães.

5.2.2 Características conforme resultado na escala de vínculo DAQ

Muitas relações encontradas e descritas na primeira etapa se mantiveram e não serão discutidas novamente (sexo, renda, se há outros cães na moradia e esterilização).

Na segunda etapa, foram pesquisados fatores sobre alterações na moradia que poderiam influenciar na formação do vínculo. Dois desses foram a presença de um novo cão e de uma nova criança. Em relação ao primeiro fator, quem afirmou ter um novo cão apresentou vínculo maior do que quem não tem. Assim como quem tem outros cães, adquirir um novo cão pode ser o mesmo padrão de comportamento: pessoas que gostam de cães tendem a ter mais de um animal. O fator da exclusividade evidenciado na pesquisa de Marinelli et al. (2007) quanto à responsabilidade sobre os cuidados do cão foi visto no presente trabalho, mas, tanto

em relação ao novo cão ou à nova criança, a influência negativa no vínculo citada por eles não foi identificada no presente estudo, pois, em ambos os casos, o vínculo foi positivamente influenciado por esses fatores. Este resultado também é contrário ao apontado por Blouin (2013), que afirma que ter crianças diminui o status do cão, e por Meyer e Forkman (2014), que apontam que nas casas que tinham crianças, as pessoas tiveram menores vínculos com seus cães, possivelmente pela diminuição de tempo de interação com o cão. Porém, no mesmo trabalho, o número de relacionamentos afetivos do tutor afetou positivamente o vínculo com o cão, fato sugerido também por Archer (1997). Pôde-se pensar que, no presente trabalho, a criança pode ser vista como um novo relacionamento do tutor, aumentando seu vínculo com o animal. No entanto, este dado deve ser interpretado com cautela, pois a relação entre uma nova criança no lar e um vínculo forte com o cão só foi identificada entre pessoas que ganharam seus cães, cuja amostra foi pequena ($n = 47$).

Em relação às características do cão, foi investigado onde o cão dormia. Dividir este local de descanso é um sinal de forte proximidade e relacionamento, ainda mais quando o que é dividido é um dos espaços mais íntimos do humano: a cama. Logo, é compreensível que quem divida a cama com o cão apresente mais vínculo com ele.

Frequentar o *petshop*, como sugere Blouin (2013), e o momento da alimentação podem ser sinais de cuidado, com sua higiene e saúde. Além disso, alimentar o cão envolve certo grau de interação. Quem divide mais desses momentos podem ser pessoas mais apegadas aos seus animais e/ou com mais tempo disponível em casa com o cão. Desta forma, pessoas que levam seus cães frequentemente a *petshops* e que alimentam seus animais três vezes ao dia têm mais vínculo.

A pesquisa da American Humane Association (2012) entrevistou 500 ex-tutores de cães e investigou os motivos de eles não estarem mais com seus animais. Assim como a presente pesquisa, a maioria afirmou que o cão havia falecido (81%) ou que havia sido dado para algum conhecido (10%). Nesta pesquisa, viu-se que o vínculo é maior entre quem não está mais com o cão porque este faleceu do que entre aqueles que deram seu cão. Compreende-se que quem dá o cão está menos vinculado a ele, sendo possível, logo, esta ação como opção. Além disso, é possível que a morte do cão acabe aumentando o vínculo, pois o fato

da perda e da impossibilidade do animal voltar podem gerar sentimentos saudosistas somados ao vínculo já desenvolvido em vida.

5.3 COMPARAÇÕES ENTRE A PRIMEIRA E SEGUNDA ETAPA

O aumento do número de pessoas na casa contribuiu de forma negativa para o vínculo, o que é corroborado pela afirmação de Marinelli et al. (2007) de que a exclusividade na relação entre tutor e cão é importante. A relação entre a mudança do estado civil e aumento do vínculo pode ser explicada da mesma forma que a relação na primeira etapa entre adotantes divorciados e vínculos maiores ou a relação na segunda etapa entre presença de novo cão ou nova criança e vínculos maiores: laços rompidos ou criados contribuem para a intensificação do vínculo entre tutor e animal. Observou-se um aumento significativo da taxa de esterilização em um ano, passando de 55,3% para 73,8%, o que é positivo, pois demonstra o cuidado com os cães e, possivelmente, o conhecimento dos benefícios da esterilização na saúde animal e na saúde coletiva da população de animais.

Em um ano de convívio com o cão, podem-se notar duas grandes relações: diminuição geral no resultado da escala de vínculo, mas uma tendência do aumento do vínculo entre quem adotou. Diferentemente da literatura, mais da metade dos participantes teve o vínculo diminuído. Isto pode estar relacionado ao fato de que quem participou da segunda etapa da pesquisa teve vínculo mais baixo do que quem participou somente da primeira etapa. Este dado também é extremamente importante para a compreensão do abandono de animais. Pode-se pensar que o impacto inicial da aquisição tenha passado, o fator da novidade e descobertas foi amenizado e problemas comportamentais não contornados durante os primeiros meses do animal começam a aparecer mais fortemente ou com consequências maiores, já que a destruição de um objeto proporcionada por um filhote não é comparável à destruição proporcionada por um cão adulto. A grande maioria dos trabalhos sobre abandono cita algumas características do tutor e do cão que contribuem para o abandono. Segundo Sharkin e Ruff (2011), que fizeram uma compilação dos dados da área, entre as características do tutor estão sexo masculino, mais de 35 anos, casado e pai. Entre eventos que favorecem o

abandono estão o nascimento de um bebê, divórcio, doença, desemprego ou mudança de casa. Entre as características do cão estão animais sem raça definida, não esterilizados, pequenos, que moram fora de casa, com problemas comportamentais, tendo sido adquiridos sem custo e/ou como presente, com idade inferior a dois anos e com pouco tempo na família. Pôde-se constatar que os tutores e cães da presente pesquisa apresentam diversas dessas características que aumentam o risco para abandono, como mudança de estado civil, animais pequenos, sem raça definida, não esterilizados, adquiridos sem custo, com pouca idade e pouco tempo na família.

Ao olharmos para o modo de aquisição do animal, observa-se que o aumento do vínculo esteve associado a pessoas que adotaram seus cães. Esta relação apareceu em análises feitas com as principais características da pessoa (sexo, mudança de estado civil e renda), do lar (quantidade de pessoas na casa) e do cão (origem). Em algumas dessas análises, a relação da diminuição do vínculo e a compra do cão ficou evidente (estado civil e origens do cão). Isto se pode dever à visão que as pessoas têm de seus animais, ao histórico por trás da escolha pelo método de aquisição e às expectativas com o cão. Como indicado por Beverland, Farrelly e Lim (2008), pessoas que optam por adotar seus animais valorizam o cão como ser: com vontades, desejos, necessidades e identidade própria. Por este interesse, acabam tendo maior conhecimento sobre a dinâmica da espécie, procurando soluções para os problemas e modos de contribuir para a melhoria das situações negativas que sofrem, promovendo qualidade de vida no âmbito coletivo e individual. Isto não é equivalente a tratá-los como substitutos de crianças ou pessoas, pois há a compreensão, dentro dos entendimentos das vontades e necessidades, de que estas são típicas da espécie, sem grande antropomorfização do animal. Já pessoas que optam por comprarem seus animais valorizam mais características externas de um ideal de cão que vá servi-lhes de algo em sua dinâmica pessoal e/ou familiar. Ou seja, o cão tende a vir com um papel pré-determinado: certa aparência e certo temperamento que serão compatíveis com as necessidades do dono – dono, pois nesses casos a pessoa não é tutora do cão, mas o tem como posse, uma parte que possui dentro de sua concepção de si mesmo. Mesmo nos casos em que os cuidados são evidentes, estes por vezes acabam sendo excessivos se considerarmos as necessidades da espécie, sendo que há muitos donos que tratam seus animais como “filho”. É de extrema importância

lembrar que não o são: são cães com necessidades típicas de sua espécie, sendo que as expectativas sobre eles devem ser correspondentes à sua realidade, aos seus comportamentos naturais, como latir, morder e correr. Ao esperar um filho, o cão nunca poderá alcançar este ideal. O risco de abandono, então, aumenta fortemente.

Este quadro não é da totalidade dos adotantes ou compradores da cidade de São Paulo, mas são tendências evidenciadas pelo presente trabalho e pela literatura. É necessário estar atento às mudanças sociais e demográficas da cidade, bem como à veiculação da imagem do cão na mídia e seu uso na cultura, para evitar o agravamento da estereotipia do cão de companhia. Desta forma, as expectativas irão se assemelhar à realidade, o descontentamento com a relação será menor e o aproveitamento de todas as possibilidades benéficas da relação com o cão será maior.

6 CONCLUSÕES

O presente trabalho teve como objetivo identificar semelhanças e diferenças no processo de aquisição de cães adotados, comprados ou recebidos de presente e investigar a vinculação entre os tutores e seus cães. Foi possível descrever as características de cada modo de aquisição, bem como das pessoas que optam por elas e dos animais adquiridos. Comparando as três diferentes formas de adquirir um cão de companhia avaliadas neste trabalho, viu-se que **adotar** esteve fortemente relacionado com aquisições sem planejamento, tutores solteiros, com menor escolaridade, animais esterilizados, mais velhos, oriundos da rua, sem raça definida, escolhidos pelo próprio tutor, que vão menos ao veterinário, cães com preferência por carinho e passeio, que residem em casas, com maior número de cães. **Comprar** esteve mais associado a maior renda, pós-graduação, morar em apartamento, pessoas mais jovens, casadas ou solteiras, aquisições planejadas, animais de porte pequeno, de raça, que frequentam *petshop* e gostam de brincar. **Ganhar** um cão de companhia esteve mais associado a menor escolaridade, menor renda, morar em chácara/sítio/fazenda, animais esterilizados, de porte grande que gostam de brincar.

Em relação ao **vínculo**, pôde-se ver que ele é **favorecido** pelo tutor ser do sexo feminino, jovem, solteiro ou divorciado, com escolaridade e renda baixas e médias, que escolhem seus próprios animais e são inteiramente responsáveis por eles, os quais são esterilizados, pegos da rua, sem planejamento, que dormem na mesma cama que seus tutores, frequentam o *petshop*, residem em casas, com mais animais e são alimentados diversas vezes ao dia. O vínculo é **desfavorecido** pelo tutor ser do sexo masculino, mais velho, casado, com alta escolaridade e renda, que mora em apartamento ou chácara/sítio/fazenda, sem outros animais, cuja responsabilidade por eles é dividida, tendo o animal sido escolhido por terceiros e devido a uma raça específica. Observando estas características, compreende-se por que pessoas que optam por adotar têm mais vínculo com seus animais, pois a maioria dos fatores que favorecem o vínculo foi apresentada pelos tutores que adotaram seus cães. Vê-se também que a maioria das características que desfavorecem o vínculo foi apresentada pelas pessoas que optaram por comprar seus cães. Quanto às pessoas que receberam um cão de companhia como presente, tanto a literatura quanto o presente trabalho mostraram dados

inconsistentes para avaliar se esta opção de aquisição é prejudicial ou favorável à formação do vínculo.

Apesar de pesquisas realizadas na cidade de São Paulo indicarem que a maioria dos cães de companhia são adotados, de 30 a 40% são comprados, para a própria pessoa ou para dar de presente a alguém. Como indicado no presente trabalho, animais comprados estão em maior risco de serem abandonados pela diminuição do vínculo no decorrer de um ano. Além disso, cães de raça têm significativamente mais problemas de saúde e comportamentais, motivos pelos quais podem ser abandonados.

Para prevenir tais consequências, algumas medidas podem ser tomadas. De acordo com Bandura (1994), praticamente todo comportamento pode ser aprendido por observação social. Diversos valores, estilos de pensamento e padrões comportamentais são aprendidos através da mídia, sendo que grande parte da realidade de cada um é construída não por experiência direta, mas pela influência da observação das experiências dos outros. Desta forma, a mídia, impressa e televisionada, bem como outros artifícios culturais, como livros e filmes, tem grande influência na formação e propagação de valores sociais. Atualmente, a sociedade manda mensagens ambíguas sobre o tratamento de animais (CARLISLE-FRANK; FRANK, 2001). Programas como *The Dog Whisperer* perpetuam a noção de dominância que o homem tem sobre o animal, ao passo que a *Disney* intensifica a antropomorfização dos animais. Boonjakuakul (2014) questiona:

como podem algumas pessoas cuidar excessivamente das necessidades dos seus animais e fornecer a eles o melhor de tudo – comida, abrigo, serviços, brinquedos – enquanto elas se cegam para outros, menos afortunados, que mal têm as condições básicas de vida atendidas ou estão sendo eutanaziados devido à superpopulação, a qual os humanos são em parte responsáveis, por procriá-los? (p. 36, tradução nossa).

Ponderando que a maioria das pessoas considera seus cães como membros da família (DOTSON; HYATT, 2008) e, em São Paulo, quase 80% das pessoas apontam que a principal motivação para se ter animais de companhia é gostar de

animais (DIAS, 2013), sustentar práticas como a procriação para venda, os ensinamentos de submissão ao humano, a utilização de métodos coercitivos de adestramento e o descarte na rua estão em dissonância com o discurso das pessoas. Há a busca pelo contato com a natureza na figura do animal de companhia, principalmente com o cão, com quem a espécie humana tem mais de 15 mil anos de história, mas falta vê-los como são, e não como commodities (JACKSON-SCHEBETTA, 2009), para compreender e aperfeiçoar o relacionamento homem-animal.

A exposição aos animais começa na infância, sendo necessário cuidado especial em como os animais são representados, pois estes primeiros contatos têm influência na força da vinculação futura das pessoas com os cães. Bandura (2004) destaca ainda que este momento é crucial para a formação de hábitos e que é mais fácil prevenir práticas prejudiciais do que alterá-las quando já são parte do estilo de vida das pessoas. É essencial a aproximação dos modelos veiculados na cultura com a realidade, para que as expectativas quanto aos comportamentos do animal sejam compatíveis com os comportamentos naturais da espécie, minimizando as chances de abandono.

Berger, em seu trabalho de 1980 *“Why look at animals?”* (“Por que olhar animais?”, tradução nossa), afirma que a prática de ter animais em casa é uma inovação moderna, resultado da sociedade de consumo, reclusa em seu mundo privado. Burt (2005), analisando a crítica de Berger, finaliza indicando um possível caminho para contornar os problemas de como os animais são vistos atualmente na sociedade:

[o trabalho de Berger] nos lembra de que o destino humano e animal estão ligados. Além disso, ao invés de simplesmente ver os animais como uma figura da nossa difícil situação, o espelho animal reflete nada de volta: nenhuma resposta, nenhuma solução. Isso, logo, é um ponto final filosófico que demanda que encontremos soluções. Paradoxalmente, o caminho para uma resposta é apresentado no título, que nos direciona ao animal visual como chave para recuperar o animal na modernidade. Por quê? Olhe os animais. (p. 217, tradução nossa).

Baker (1993) complementa: animais não representam si mesmos culturalmente, são as pessoas que definem como representá-los e quando vê-los, sendo, portanto, uma representação irreal, pois é pautada por interesses humanos. Por isso, nada se vê ao olhar para os animais nos dias de hoje. É fundamental repensar os valores morais por trás da motivação em adquirir um cão de companhia.

Ao afirmar que se têm animais por gostar deles, deve-se a eles respeito e ética. Para tal, é imperativo compreender sua realidade como espécie, para além de características fenotípicas, como raça e aparência, ou antropomorfizadas, como lealdade e dependência. Desta forma, pode-se melhorar suas condições de vida, por meio de medidas diretas, como o fomento à adoção – em detrimento à compra de animais – e à guarda responsável, visando a diminuição de animais abandonados e de rua, e de medidas indiretas, como o aprimoramento da representação cultural e midiática dos animais.

REFERÊNCIAS

- ALVES, A. J. S.; GUILLOUX, A. G. A.; ZETUN, C. B.; POLO, G.; BRAGA, G. B.; PANACHÃO, L. I.; SANTOS, O.; DIAS, R. A. Abandono de cães na América Latina: revisão de literatura. **Revista de Educação Continuada em Medicina Veterinária e Zootecnia do CRMV-SP**, v. 11, n. 2, p. 34-41, 2013.
- AMERICAN HUMANE ASSOCIATION. **Keeping pets (dogs and cats) in homes: a three phase retention study. Phase 1: reasons for not owning a dog or cat.** 2012. 53 p. Disponível em: < <http://www.americanhumane.org/aha-petsmart-retention-study-phase-1.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2015.
- ANDERSON, M. V.; HENDERSON, A. J. Z. Pernicious portrayals: the impact of children's attachment to animals of fiction on animals of fact. **Society and Animals**, v. 13, n. 4, p. 297-314, 2005.
- AINSWORTH, M. D. S.; BELL, S. M. Attachment, exploration, and separation: illustrated by the behavior of one-year-olds in a strange situation. **Child Development**, v. 41, n. 1, p. 49-67, 1970.
- ANTUNES, J. Mercado dos animais de estimação está muito longe da crise. *Jornal de Brasília*, 3 ago. 2015. Disponível em: <<http://www.jornaldebrasil.com.br/noticias/cidades/632684/mercado-dos-animais-de-estimacao-esta-muito-longe-da-crise/>>. Acesso em: 13 ago. 2015.
- APPA. **Pet industry market size and ownership statistics.** 2015. Disponível em: <http://www.americanpetproducts.org/press_industrytrends.asp>. Acesso em: 20 jul. 2015.
- ARCHER, J. Why do people love their pets? **Evolution and Human Behavior**, v. 18, p. 237-259, 1997.
- ARCHER, J.; IRELAND, J. L. The development and factor structure of a questionnaire measure of the strength of attachment to pet dogs. **Anthrozoos**, v. 24, n. 3, p. 249-261, 2011.
- ARKOW, P.; DOW, S. The ties that do not bind: a study of the human-animal bonds that fail. In: ANDERSON, R. K.; HART, B. L.; HART, L. A. (Ed.) **The pet connection: its influence on our health and quality of life.** Minneapolis: University Of Minnesota Press, 1984. p. 348-354.

ASHER, L.; DIESEL, G.; SUMMERS, J. F.; MCGREEVY, P. D.; COLLINS, L. M. Inherited defects in pedigree dogs. Part 1: disorders related to breed standards. **The Veterinary Journal**, v. 182, p. 402-411, 2009.

BAKER, S. **Picturing the beast**: animals, identity and representation. Illinois: University of Illinois Press, 1993. 242 p.

BANDURA, A. Social cognitive theory of mass communication. In: BRYANT, J; ZILLMAN, D. (Ed.) **Media effects**: Advances in theory and research. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1994. Cap. 6, p. 121-153.

BANDURA, A. **Social learning theory**. New York: General Learning Press, 1971. 46 p.

BANDURA, A. Social cognitive theory for personal and social change by enabling media. In: SINGHAL, A.; CODY, M. J.; ROGERS, E. M.; SABIDO, M. (Ed.). **Entertainment-education and social change**: history, research, and practice. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2004. Cap. 5, p. 75-96.

BECK, A. M.; KATCHER, A. H. **Between pets and people**: the importance of animal companionship. Indiana: Purdue University Press, 1996. 316 p.

BELK, R. W. Metaphoric relationship with pets. **Society and Animals**, v. 4, n. 2, p. 121-145, 1996.

BERGER, J. Why look at animals? In: BERGER, J. **About looking**. Universidade de Michigan: Pantheon Books, 1980. 198 p.

BEVERLAND, M. B.; FARRELLY, F.; LIM, E. A. C. Exploring the dark side of pet ownership: status and control-based pet consumption. **Journal of Business Research**, v. 61, p. 490-496, 2008.

BLOUIN, D. D. Are dogs children, companions, or just animals? Understanding variations in people's orientations toward pets. **Anthozoos**, v. 26, n. 2, p. 279-294, 2013.

BOONJAKUAKUL, J. **From our laps to the laps of luxury: the development of pet-keeping in the twenty-first-century America**. 2014. 38 p. Dissertação (Bacharelado em História) – Faculdade de História, Universidade Estadual Politécnica da Califórnia, São Luis Obispo, 2014.

BOSSARD, J. H. S.; BOLL, E. S.; SANGER, W. P. Some neglected areas in family-life study. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 272, p.68-76, 1950.

BOWLBY, J. **Apego e perda: Tristeza e depressão**. São Paulo: Martins Fontes, 1980. 540 p.

BOWLBY, J. The nature of the child's tie to his mother. **International Journal of Psycho-Analysis**, v. 39, p. 350-373, 1958.

BRASIL. Lei Nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial [da] União**, Brasília, DF, 11 jun. 2002.

BRETHERTON, I. The origins of attachment theory: John Bowlby and Mary Ainsworth. **Developmental Psychology**, v. 28, p. 759-775, 1992.

BRICKEL, C. M. Initiation and maintenance of the human-animal bond. **Marriage & Family Review**, v. 8, n. 3-4, p. 31-48, 1985.

BURT, J. John Berger's "Why look at animal?": a close reading. **Worldviews**, v. 9, n. 2, p. 203-218, 2005.

CAMPBELL, K. Pet adoption and spay/neuter: understanding public perceptions by the numbers. **PetSmart Charities**, 2012. Disponível em: <<https://www.petsmartcharities.org/sites/default/files/lpsos-Webinar-11-27-12.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

CARITHERS, H. A. Pets in the home: incidence and significance. **Pediatrics**, v.21, p. 840-848, 1958.

CARLISLE-FRANK, P.; FRANK, J. M. Conflicting attitudes and social dissonance: why mixed messages lead people to abandon their companion animals. In: SSSP'01 CONFERENCE "CONFRONTING ANTHROPOCENTRIC DEFINITIONS OF COMMUNITY", 2001, Anaheim, CA. 2001.

COLLINS, L. M.; ASHER, L.; SUMMERS, J.; MCGREEVY, P. Getting priorities straight: risk assessment and decision-making in the improvement of inherited disorders in pedigree dogs. **The Veterinary Journal**, v. 189, p. 147-154, 2011.

DIAS, R (Coord). **Os donos do pedaço**: caracterização das populações de cães e gatos domiciliados no município de São Paulo. São Paulo: Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia, 2013. 127p.

DOMINGUES, L. R.; CESAR, J. A.; FASSA, A. G.; DOMINGUES, M. R. Guarda responsável de animais de estimação na área urbana do município de Pelotas, RS, Brasil. **Ciência e Saúde Coletiva**, v. 20, n. 1, p. 185-192, 2015.

DOTSON, M. J.; HYATT, E. M. Understanding dog-human companionship. **Journal of Business Research**, v. 61, p. 457-466, 2008.

FRANK, J. M.; CARLISLE-FRANK, P. Attitudes and perceptions regarding pet adoption. Trabalho apresentado a **Annual Meeting of the American Sociological Association**, Atlanta, 2003. Disponível em: < <http://www.firepaw.org/Attitudes.htm>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

FOOTE, N. M. A neglected member of the family. **Marriage and Family Living**, v. 272, p. 68-76, 1956.

FUH, Y. B.; TUNG, M. C.; TUNG, K. C.; CHIANG, J. T.; FEI, C. Y. Causes of relinquishing the dogs adopted from animal shelters in Taiwan. **Thai Journal of Veterinary Medicine**, v. 42, n. 1, p. 113-116, 2012.

G1. Cresce o mercado de produtos para animais de estimação. G1, 31 dez. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/mundo-pet/2014/noticia/2014/12/mundo-pet-cresce-o-mercado-de-produtos-para-animais-de-estimacao.html>>. Acesso em: 13 ago. 2015.

GÁCSI, M.; TOPÁL, J.; MIKLÓSI, A.; DÓKA, A.; CSÁNYI, V. Attachment behavior of adult dogs (*Canis familiaris*) living at rescue centers: forming new bonds. **Journal of Comparative Psychology**, v. 115, n. 4, p. 423-431, 2001.

GARRISON, L.; WEISS, E. What do people want? Factors people consider when acquiring dogs, the complexity of the choice they make, and implications for nonhuman animal relocation programs. **Journal of Applied Animal Welfare Science**, v. 18, n. 1, p. 57-73, 2015.

GEWIRTZ, J. L.; PELÁEZ-NOGUERAS, M. B. F. Skinner's legacy to human infant behavior and development. **American Psychologist**, v. 47, n. 2, p. 1411-1422, 1992.

GHIRLANDA, S.; ACERBI, A.; HERZOG, H.; SERPELL, J. A. Fashion vs. function in cultural evolution: the case of dog breed popularity. **PLOS ONE**, v. 8, n. 9, p. 1-6, 2013.

HARKER, R. M.; COLLINS, G. M.; MCNICHOLAS, J. The influence of current relationships upon pet animal acquisition. In: POBBERSCHEK, A. L.; PAUL, E. S.; SERPELL, J. A. (Ed.). **Companion animals and us: exploring the relationships between people and pets**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. p. 189-208.

HEATH, S. E.; KASS, P. H.; BECK, A. M.; GLICKMAN, L. T. Human and pet-related risk factors for household evacuation failure during a natural disaster. **American Journal of Epidemiology**, v. 153, n. 7, p. 659-665, 2001.

HERZOG, H. A. Gender differences in human-animal interactions: a review. **Anthrozoos**, v. 20, n. 1, p. 7-20, 2007.

HOUPT, K. A.; HORNING, S. U.; REISNER, I. R. Breaking the human-companion animal bond. **Journal of the American Veterinary Medical Association**, v. 208, n. 10, p.1653-1659, 1996.

IBGE. **Pesquisa nacional de saúde: 2013: acesso e utilização dos serviços de saúde, acidentes e violências: Brasil, grandes regiões e unidades da federação** / IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. 100 p.

JACKSON-SCHEBETTA, L. Mythologies and commodifications of dominion in The Dog Whisperer with Cesar Millan. **Journal for Critical Animal Studies**, v. 7, n. 1, p. 107-131, 2009.

KATZ, J. **The new work of dogs: tending to life, love and family**. New York: Random House, 2003, 225 p.

KIDD, A. H.; KIDD, R. M.; GEORGE, C. C. Successful and unsuccessful pet adoptions. **Psychological Reports**, v. 70, p. 547-561, 1992.

KING, T.; MARSTON, L. C.; BENNETT, P. C. Breeding dogs for beauty and behaviour: why scientists need to do more to develop valid and reliable behaviour assessments for dogs kept as companions. **Applied Animal Behaviour Science**, v. 137, p. 1-12, 2012.

KOGAN, L. R.; VINEY, W. Reported strength of human-animal bonding and method of acquiring a dog. **Psychological Reports**, v. 82, p. 647-650, 1998.

LEROY, G. Genetic diversity, inbreeding and breeding practices in dogs: results from pedigree analyses. **The Veterinary Journal**, v. 189, p. 177-182, 2011.

LEVINSON, B. M. The future of research into relationships between people and their animal companions. **International Journal for the Study of Animal Problems**, v. 3, n. 4, p. 283-294, 1982.

LEVINSON, B. M. Human/companion animal therapy. **Journal of Contemporary Psychotherapy**, v. 14, n. 2, p. 131-144, 1984.

LEVINSON, B. M. Pet psychotherapy: use of household pets in the treatment of behavior disorder in childhood. **Psychological Reports**, v. 17, p. 695-698, 1965.

MARINELLI, L.; ADAMELLI, S.; NORMANDO, S.; BONO, G. Quality of life of the pet dog: influence of owner and dog's characteristics. **Applied Animal Behavior Science**, v. 108, p. 143-156, 2007.

MARSTON, L. C.; BENNETT, P. C.; COLEMAN, G. J. What happens to shelter dogs? An analysis of data for 1 year from three Australian shelters. **Journal of Applied Animal Welfare Science**, v. 7, n. 1, p. 27-47, 2004.

MAZUR, J. E. **Learning and behavior**. 6. ed. New Jersey: Pearson, 2009. 444 p.

MCMILLAN, F. D.; DUFFY, D. L.; SERPELL, J. A. Mental health of dogs formerly used as 'breeding stock' in commercial breeding establishments. **Applied Animal Behaviour Science**, v. 135, p. 86-94, 2011.

MCMILLAN, F. D.; SERPELL, J. A.; DUFFY, D. L.; MASAUD, E.; DOHOO, I. R. Differences in behavioral characteristics between dogs obtained as puppies from pet stores and those obtained from noncommercial breeders. **Journal of the American Veterinary Medical Association**, v. 242, n. 10, p. 1359-1363, 2013.

MEYER, I.; FORKMAN, B. Dog and owner characteristics affecting the dog-owner relationship. **Journal of Veterinary Behavior**, v. 9, p. 143-150, 2014.

MONDELLI, F.; PREVIDE, E. P.; VERGA, M.; LEVI, D.; MAGISTRELLI, S.; VALSECCHI, P. The bond that never developed: adoption and relinquishment of dogs in a rescue shelter. **Journal of Applied Animal Welfare Science**, v. 7, n. 4, p. 253-266, 2004.

O DIA. Adoção de vira-latas aumenta após crueldade de quadrilhas. **O Dia**, 1 dez. 2014. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2014-12-01/adocao-de-vira-latas-aumenta-apos-crueldade-de-quadrilhas.html>>. Acesso em: 18 ago. 2015.

NENADIC, O.; GREENACRE, M. Correspondence analysis in R, with two- and three-dimensional graphics: the ca package. **Journal of Statistical Software**, v. 20, n. 3, p. 1-13, 2007.

NEW, J.C.; SALMAN, M. D.; KING, M.; SCARLETT, J. N.; KASS, P. H.; HUTCHISON, J. M. Characteristics of shelter-relinquished animals and their owners compared with animals and their owners in U.S. pet-owning households. **Journal of Applied Animal Welfare Science**, v. 3, n. 3, p. 179-201, 2000.

PANACHÃO, L. I. **Acompanhamento de adoções de cães realizadas em Centro de Controle de Zoonoses do Estado de São Paulo**. 2012. 94 p. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

PAPLOSKI, I. A. D.; BABBONI, S. D.; GONZÁLEZ, G. K.; GIAROLA, R. M.; RODRIGUES, S. A.; CERQUEIRA, A. T. A. R.; PADOVANI, C. R.; VICTORIA, C.; MODOLO, J. R. Características dos adotantes de cães na área urbana de Botucatu. **Veterinária e Zootecnia**, v. 19, n. 4, p. 584-592, 2012.

PATRONEK, G. J.; GLICKMAN, L. T.; BECK, A. M.; MCCABE, G. P.; ECKER, C. Risk factors for relinquishment of dogs to an animal shelter. **Journal of the American Veterinary Medical Association**, v. 209, n. 3, p. 572-581, 1996.

PAUL, E. S. Love of pets and love of people. In: PODBERSCEK, A. L.; PAUL, E. S.; SERPELL, J. A. (Ed.). **Companion animals and us: exploring the relationships between people and pets**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. p. 168-186.

R CORE TEAM. **R: a language and environment for statistical computing**. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria, 2015.

REGALADO, A. **O impacto do marketing social na problemática dos cães abandonados em Portugal**. 2013. 72 f. Dissertação (Mestrado em Marketing) – ISCTE Business School, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2013.

REHN, T.; MCGOWAN, R. T. S.; KEELING, L. J. Evaluating the Strange Situation Procedure (SSP) to assess the bond between dogs and humans. **PLOS ONE**, v. 8, n. 2, p. 1-10, 2013.

SALMAN, M. D.; NEW, J. C.; SCARLETT, J. M.; KASS, P. H.; RUCH-GALLIE, R.; HETTS, S. Human and animal factors related to the relinquishment of dogs and cats in 12 selected animal shelters in the United States. **Journal of Applied Animal Welfare Science**, v. 1, n. 3, p. 207-226, 1998.

SALMAN, M. D.; HUTCHISON, J.; RUCH-GALLIE, R.; KOGAN, L.; NEW, J. C.; KASS, P. H.; SCARLETT, J. M. Behavioral reasons for relinquishment of dogs and cats to 12 shelters. **Journal of Applied Animal Welfare Science**, v. 3, n. 2, p. 93-106, 2000.

SALVATO, M. A.; FERREIRA, P. C. G.; DUARTE, A. J. M. O impacto da escolaridade sobre a distribuição de renda. **Estudos Econômicos**, v. 40, n. 4, p. 753-791, 2010.

SÃO ROQUE NOTÍCIAS. Possível novo resgate de cães em São Roque divulgado nos EUA. **São Roque Notícias**, 20 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.saoroquenoticias.com.br/noticia.asp?idnoticia=12869>>. Acesso em: 18 ago. 2015.

SCARLETT, J. M.; SALMAN, M. D.; NEW, J. G.; KASS, P. H. Reasons for relinquishment of companion animals in U.S. animal shelters: selected health and personal issues. **Journal of Applied Animal Welfare Science**, v. 2, n. 1, p. 41-57, 1999.

SERPELL, J. A. Anthropomorphism and anthropomorphic selection - beyond the "cute response". **Society and Animals**, v. 1, n. 11, p. 83-100, 2003.

SHARKIN, B. S.; RUFF L. A. Broken bonds: understanding the experience of pet relinquishment. In: BLAZINA, C.; BOYRAZ, G.; SHEN-MILLER, D. (Ed.). **The**

Psychology of the Human–Animal Bond: Resource for Clinicians and Researchers. Nova Iorque: Springer, 2011. p. 275-287.

SHORE, E. R.; DOUGLAS, D. K.; RILEY, M. L. What's in it for the companion animal? Pet attachment and college students' behaviors toward pets. **Journal of Applied Animal Welfare Science**, v.8, n.1, p.1-11, 2005.

SOTO, F. R. M.; SOUSA, A. J.; RISSETO, M. R.; LIMA, B. F. M. S. Adoção de cães no município de Ibiúna – SP – Brasil: análise crítica. **Revista Ciência em Extensão**, v. 3, n. 1, p. 26-35, 2006.

SPERS, R. G.; NAKANDAKARE, L. T. Geração de renda e educação na base da pirâmide populacional: um estudo no município de São Paulo. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 37, p. 52-64, 2013.

SPSS INC. **SPSS Statistics for Windows**. Version 17.0. Chicago: SPSS Inc, 2008.

SUMMERS, J. F.; DIESEL, G.; ASHER, L.; MCGREEVY, P. D.; COLLINS, L. M. Inherited defects in pedigree dogs. Part 2: disorders that are not related to breed standards. **The Veterinary Journal**, v. 183, p. 39-45, 2010.

THE HUMANE SOCIETY OF THE UNITED STATES. **Puppy mills research**. 2015. Disponível em: <<http://www.humanesociety.org/news/publications/whitepapers/puppy-mill-research.html?referrer=>>>. Acesso em: 18 ago. 2015.

THE SÃO PAULO TIMES. População de gatos cresce em média 8% ao ano no Brasil. The São Paulo Times, 4 dez. 2014. Disponível em: <<http://www.saopaulotimes.com.br/sp/populacao-de-gatos-cresce-em-media-8-ao-ano-no-brasil/>>. Acesso em: 22 jul. 2015.

TOPÁL, J.; GÁCSI, M.; MIKLÓSI, A.; VIRÁNYI, Z.; KUBINYI, E.; CSÁNYI, V. Attachment to humans: a comparative study on hand-reared wolves and differently socialized dog puppies. **Animal Behaviour**, v. 70, p. 1367-1375, 2005.

TOPÁL, J.; MIKLÓSI, A.; CSÁNYI, V.; DÓKA, A. Attachment behavior in dogs (*Canis familiaris*): a new application of Ainsworth's (1969) Strange Situation Test. **Journal of Comparative Psychology**, v. 112, n. 3, p. 219-229, 1998.

VUCINIC, M.; DJORDJEVIC, M.; TEODOROVIC, R.; JANKOVIC, L.; RADENKOVIC-DAMNJANOVIC, B.; RADISAVLJEVIC, K. Reasons for relinquishment of owned dogs in a municipal shelter in Belgrade. **Acta Veterinaria**, v. 59, n. 2-3, p. 309-317, 2009.

WEISS, E; DOLAN, E. D.; GARRISON, L.; HONG, J.; SLATER, M. Should dogs and cats be given as gifts? **Animals**, v. 3, p. 995-1001, 2013.

ZILCHA-MANO, S.; MIKULINCER, M.; SHAVER, P. R. An attachment perspective on human-pet relationships: conceptualization and assessment of pet attachment orientations. **Journal of Research in Personality**, v. 45, n. 4, p. 345–357, 2011.

ZILCHA-MANO, S.; MIKULINCER, M.; SHAVER, P. R. Pets as safe havens and secure bases: the moderating role of pet attachment orientations. **Journal of Research in Personality**, v. 46, n. 5, p. 571–580, 2012.

APÊNDICE A - Questionário de dados básicos

Nome: _____ Email: _____ Idade: _____

Sexo: ☐ Feminino.
 ☐ Masculino.

Estado civil: ☐ Solteiro(a).
 ☐ Casado(a).
 ☐ Divorciado(a).
 ☐ Viúvo(a).

Escolaridade: ☐ Ensino Fundamental.
 ☐ Ensino Médio.
 ☐ Ensino Superior.
 ☐ Pós-Graduação.

Renda familiar: ☐ Até 2 salários mínimos.
 ☐ De 2 a 5 salários mínimos.
 ☐ De 5 a 10 salários mínimos.
 ☐ De 10 a 15 salários mínimos.
 ☐ De 15 a 20 salários mínimos.
 ☐ Mais de 20 salários mínimos.

Você reside na cidade de São Paulo?
 ☐ Sim.
 ☐ Não – Se não, onde reside? _____

Você adquiriu um cão no último ano (desde janeiro de 2013 até janeiro de 2014)?
 ☐ Sim.
 ☐ Não.

Todas as perguntas devem ser respondidas sobre somente um cão, mesmo que você tenha adquirido outros neste período. Nosso vínculo com cada animal é único, por isso tenha em mente a sua história com aquele cão enquanto responder às perguntas.

Quando adquiriu seu cão?

- ☐ Janeiro de 2013.
- ☐ Fevereiro de 2013.
- ☐ Março de 2013.
- ☐ Abril de 2013.
- ☐ Maio de 2013.
- ☐ Junho de 2013.
- ☐ Julho de 2013.
- ☐ Agosto de 2013.
- ☐ Setembro de 2013.
- ☐ Outubro de 2013.
- ☐ Novembro de 2013.
- ☐ Dezembro de 2013.
- ☐ Janeiro de 2014.

Qual o nome do seu cão? _____

Qual a idade do seu cão hoje? _____

Qual a raça do seu cão? _____

Seu cão é castrado?

- ☐ Sim, já adquiri castrado.
- ☐ Sim, foi castrado após a aquisição.
- ☐ Não.
- ☐ Não sei.

Você se sente responsável pelo cuidado do seu cão?

(Exemplos de cuidado: alimentação, carinho, passeio, higiene, saúde, etc.)

- ☐ Sim, somente eu cuido do meu cão.
- ☐ Sim, mas outras pessoas também cuidam do meu cão.
- ☐ Não, outras pessoas cuidam mais do meu cão que eu.
- ☐ Não, eu não sou responsável pelos cuidados do meu cão.

Como adquiriu seu cão?

- ☐ Comprei.
- ☐ Adotei.
- ☐ Ganhei.

APÊNDICE B - Questionário sobre a aquisição do cão (Adoção)

1. O que te motivou a adquirir este cão?

2. Por que escolheu adotar um cão? (Escolha mais de uma opção se achar necessário).

☐ Queria um vira-lata.

☐ Queria um cão adulto.

☐ Queria adquirir um cão sem ou com baixo custo.

☐ Queria dar um lar a um cão abandonado.

☐ Vi o cão (na rua, ONG, Centro de Controle de Zoonoses - CCZ, Feira de adoção, página da internet, etc.) e quis adotar.

☐ Outro: _____

3. De onde adotou?

☐ De uma ONG.

☐ De uma Feira de Adoção.

☐ De conhecidos.

☐ Pela internet.

☐ Da rua.

☐ Do CCZ.

☐ Outro: _____

4. Por que escolheu esta forma de adoção? (Escolha mais de uma opção se achar necessário).

☐ Eu sempre vejo adoções realizadas por eles (ONG, CCZ, Feira de Adoção, página da internet)

☐ Aqui tinha o cão que eu queria.

☐ Eu conheço o trabalho deles (ONG, CCZ, Feira de Adoção, página da internet).

☐ Vi o cão na rua.

☐ Recomendação.

☐ É perto de casa.

☐ Outro: _____

5. Para quem é o cão? (Escolha mais de uma opção se achar necessário).

☐ Eu mesmo.

☐ Esposo(a).

☐ Mãe/Pai.

☐ Filho(s).

☐ Namorado(a).

☐ Outro: _____

6. Quem escolheu o cão? (Escolha mais de uma opção se achar necessário).

☐ Eu mesmo.

☐ Esposo(a).

☐ Mãe/Pai.

☐ Filho(s).

☐ Namorado(a).

☐ Outro: _____

7. Com quantas pessoas o cão mora?

☐ Uma. ☐ Duas pessoas. ☐ Três pessoas. ☐ Quatro ou mais pessoas.

8. Onde o cão mora?

☐ Casa. ☐ Apartamento. ☐ Chácara/sítio/fazenda.

9. Há outros cães onde o cão mora?

☐ Sim. ☐ Não.

10. Você já teve cães anteriormente?

☐ Sim. ☐ Não.

11. Se sim, quando teve seu primeiro cão?

☐ Infância. ☐ Adolescência. ☐ Já adulto.

12. Quais as suas expectativas com a aquisição deste cão?

13. Você se planejou antes de adquirir este cão?

☐ Não.

☐ Sim, pesquisei onde poderia adotar.

☐ Sim, comprei ração, coleira, guia e outros acessórios.

☐ Sim, pensei em que tipo de cão seria melhor para mim.

☐ Sim, pensei em que tipo de cão seria melhor para minha família.

☐ Outro: _____

APÊNDICE C - Questionário sobre aquisição do cão (Compra)

1. O que te motivou a adquirir este cão?

2. Por que escolheu comprar um cão? (Escolha mais de uma opção se achar necessário).

☐ Queria um filhote.

☐ Queria um animal com bom histórico familiar.

☐ Queria um cão com pedigree.

☐ Vi (na loja, pet shop, canil, feira de rua) e gostei.

☐ Queria uma raça específica.

☐ Outro: _____

3. Onde comprou?

☐ Em um pet shop.

☐ Em um canil.

☐ Em um *petshop* de Shopping.

☐ Em uma feira de rua.

☐ De um vendedor particular.

☐ Outro: _____

4. Por que escolheu esta forma de compra? (Escolha mais de uma opção se achar necessário).

☐ Eu conheço o trabalho deles (pet shop, canil, loja).

☐ É perto de casa.

☐ Eu sempre vejo vendas realizadas por eles (pet shop, canil, loja).

☐ Recomendação.

☐ Aqui tinha o cão que eu queria.

☐ Estava passando e gostei do cão.

☐ Outro: _____

5. Para quem é o cão? (Escolha mais de uma opção se achar necessário).

☐ Eu mesmo.

☐ Esposo(a).

☐ Mãe/Pai.

☐ Filho(s).

☐ Namorado(a).

☐ Outro: _____

6. Quem escolheu o cão? (Escolha mais de uma opção se achar necessário).

☐ Eu mesmo.

☐ Esposo(a).

☐ Mãe/Pai.

☐ Filho(s).

☐ Namorado(a).

☐ Outro: _____

7. Com quantas pessoas o cão mora?

☐ Uma. ☐ Duas pessoas. ☐ Três pessoas. ☐ Quatro ou mais pessoas.

8. Onde o cão mora?

☐ Casa. ☐ Apartamento. ☐ Chácara/sítio/fazenda.

9. Há outros cães onde o cão mora?

☐ Sim.

☐ Não.

10. Você já teve cães anteriormente?

☐ Sim.

☐ Não.

11. Se sim, quando teve seu primeiro cão?

() Infância. () Adolescência. () Já adulto.

12. Quais foram suas expectativas com a aquisição deste cão?

13. Você se planejou antes de adquirir este cão?

() Não.

() Sim, pesquisei sobre a raça que gostaria de adquirir.

() Sim, pesquisei onde poderia comprar.

() Sim, comprei ração, coleira, guia e outros acessórios.

() Sim, pensei em que tipo de cão seria melhor para mim.

() Sim, pensei em que tipo de cão seria melhor para minha família.

() Outro: _____

APÊNDICE D - Questionário sobre a aquisição do cão (Presente)

1. Quem te deu o cão? (Escolha mais de uma opção se achar necessário).

- ☐ Filho(s).
☐ Esposo(a).
☐ Namorado(a).
☐ Mãe/Pai.
☐ Amigo(s)
☐ Vizinho(s)
☐ Outro: _____

2. Por que te deram o cão?

- ☐ Porque sabiam que eu queria um.
☐ Porque sabiam que eu gosto de cães.
☐ Sem ocasião especial.
☐ Data comemorativa (Natal, Páscoa, Fim de Ano, etc.)
☐ Outro: _____

3. Em que ocasião te deram o cão?

- ☐ Aniversário.
☐ Data comemorativa (aniversário de namoro, casamento, etc).
☐ Data comemorativa (dia dos namorados, dia das mães, dia dos pais, dia das crianças, etc.).
☐ Sem ocasião especial.
☐ Data comemorativa (Natal, Páscoa, Fim de Ano, etc).
☐ Outro: _____

4. Você sabia que ganharia um cão?

- ☐ Não, foi surpresa. ☐ Sim, eu sabia.

5. Quem escolheu o cão? (Escolha mais de uma opção se achar necessário).

☐ Eu mesmo.	☐ Namorado(a).	☐ Vizinho(s)
☐ Filho(s).	☐ Mãe/Pai.	☐ Outro: _____
☐ Esposo(a).	☐ Amigo(s)	

6. Com quantas pessoas o cão mora?

- ☐ Uma. ☐ Duas pessoas. ☐ Três pessoas. ☐ Quatro ou mais pessoas.

7. Onde o cão mora?

- ☐ Casa. ☐ Apartamento. ☐ Chácara/sítio/fazenda.

8. Há outros cães onde o cão mora?

- ☐ Sim. ☐ Não.

9. Você já teve cães anteriormente?

- ☐ Sim. ☐ Não.

10. Se sim, quando teve seu primeiro cão?

- ☐ Infância. ☐ Adolescência. ☐ Já adulto.

11. Quais as suas expectativas com a aquisição deste cão?

13. Você se planejou antes de adquirir este cão?

- ☐ Não, foi um presente surpresa.
- ☐ Sim, pesquisei sobre a raça que gostaria de adquirir.
- ☐ Sim, pesquisei onde poderia comprar/adotar.
- ☐ Sim, comprei ração, coleira, guia e outros acessórios.
- ☐ Sim, pensei em que tipo de cão seria melhor para mim.
- ☐ Sim, pensei em que tipo de cão seria melhor para minha família.
- ☐ Outro: _____

APÊNDICE E – Questionário de Hábitos do Cão e da Pessoa

Nome: _____ Email: _____ Idade: _____

Sexo: ☐ Feminino.
☐ Masculino.Estado civil: ☐ Solteiro(a).
☐ Casado(a).
☐ Divorciado(a).
☐ Viúvo(a).Renda familiar: ☐ Até 2 salários mínimos.
☐ De 2 a 5 salários mínimos.
☐ De 5 a 10 salários mínimos.
☐ De 10 a 15 salários mínimos.
☐ De 15 a 20 salários mínimos.
☐ Mais de 20 salários mínimos.

Você ainda está com o mesmo cão com o qual participou na primeira fase da pesquisa?

☐ Sim. ☐ Não.

Se não, desde quando não está mais com o cão? _____

Se não está mais com o cão, o que houve?

- ☐ Tive que doá-lo.
- ☐ Foi roubado.
- ☐ Fugiu e não voltou.
- ☐ Fugiu e foi atropelado.
- ☐ Foi eutanasiado.
- ☐ Morreu de velhice.
- ☐ Ficou doente e morreu.
- ☐ Foi morto por alguém.
- ☐ Foi morto por outro cão.
- ☐ Não sei.
- ☐ Outro _____

Em uma frase, explique melhor o que houve.

Lembrando que estes dados devem ser respondidos sobre O MESMO CÃO que participou da primeira pesquisa.

Qual o nome do seu cão? _____

Qual a idade do seu cão hoje? _____

Qual a raça do seu cão? _____

Seu cão é castrado? ☐ Sim, já adquiri castrado.
 ☐ Sim, foi castrado após a aquisição.
 ☐ Não.
 ☐ Não sei.

Se não, por que não é castrado?
☐ Não quero que meu cão passe por uma cirurgia.
☐ Quero que meu cão se reproduza.
☐ Não quero tirar a masculinidade/feminilidade do meu cão.
☐ Não posso arcar com este custo.
☐ Porque não quero.
☐ Outro: _____

Onde o cão dorme?
☐ Fora de casa. ☐ Canil.
☐ Dentro de casa. ☐ Não sei.
☐ Na minha cama.

Qual o porte do seu cão? (Siga como parâmetro a imagem abaixo)
☐ Grande ☐ Médio ☐ Pequeno

O que o seu cão mais gosta de fazer?
☐ Dormir. ☐ Comer. ☐ Receber carinho. ☐ Outro:
☐ Brincar. ☐ Passear. ☐ Não sei.

Seu cão passeia?
☐ Não. ☐ Sim, todos os dias.
☐ Não sei. ☐ Sim, eventualmente.

Com qual frequência vai ao veterinário?
☐ Para consultas de rotina (check-up e vacinas). ☐ Ele nunca foi.
☐ Só quando precisa. ☐ Não sei.

Seu cão frequenta pet shop?
☐ Sim. ☐ Não. ☐ Não sei.

Quantas vezes por dia seu cão come?
☐ Uma vez por dia. ☐ A comida está sempre disponível.
☐ Duas vezes por dia. ☐ Não sei.
☐ Três vezes por dia.

Questões sobre sua moradia e do seu cão.

Você mudou de casa?

☐ Sim. ☐ Não.

Se sim, você mudou de cidade?

☐ Sim. ☐ Não.

Se sim, foi para onde? _____

Com quantas pessoas o cão mora?

☐ Uma. ☐ Duas pessoas. ☐ Três pessoas. ☐ Quatro ou mais pessoas.

Há crianças onde o cão mora?

☐ Sim. ☐ Não.

Há uma nova criança onde o cão mora? (É considerada nova criança aquela nascida após a realização da primeira etapa da pesquisa - fevereiro/março de 2014).

☐ Sim. ☐ Não.

Onde o cão mora?

☐ Casa. ☐ Apartamento. ☐ Chácara/sítio/fazenda.

Há outros cães onde o cão mora?

☐ Sim. ☐ Não.

Há um novo cão? (É considerado novo cão aquele adquirido após a realização da primeira etapa da pesquisa - fevereiro/março de 2014).

☐ Sim. ☐ Não.

O que se passou neste ano.

Em uma frase, diga algo de bom que aconteceu relacionado ao seu cão em 2014.

Em uma frase, diga algo de ruim que aconteceu relacionado ao seu cão em 2014.

Entre nosso primeiro contato e hoje, algo mudou no comportamento do seu cão?

APÊNDICE F – Folheto explicativo sobre a pesquisa

Quem tem cão levanta a mão!

Você comprou, adotou ou ganhou um cão no último ano?
Reside em São Paulo?

**ENTÃO ESTÁ CONVIDADO
A PARTICIPAR DA NOSSA
PESQUISA!**

Procuramos saber as motivações
que levam à aquisição de um cão
de companhia e o vínculo criado
entre você e ele.

É só clicar no link ao lado
e responder à pesquisa ----->
(ela demora menos de 15 minutos).

Responsáveis pela pesquisa
Alice de Carvalho Frank, psicóloga e mestranda na Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da USP
Ricardo Augusto Dias, Professor Doutor na Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da USP

Texto acompanhando a imagem em páginas e grupos:

Sou psicóloga e estou realizando minha pesquisa de mestrado.
Quem puder me ajudar participando e divulgando, agradeço!
Link para pesquisa: <http://goo.gl/OkRyT4>

Texto acompanhando a imagem em mensagens para páginas:

Olá! Meu nome é Alice, sou psicóloga e estou realizando minha pesquisa de mestrado na FMVZ-USP. Peço a ajuda de vocês para divulgá-la no *facebook* através do folheto que envio e do link para a pesquisa (<http://goo.gl/OkRyT4>). Ela é realizada inteiramente pela internet, bem simples e rápida! É um pequeno pedido para ajudar a fazer ciência neste país e melhorar a vida dos nossos peludos amados! Estou à disposição se quiserem conversar melhor sobre a pesquisa. Obrigada!

APÊNDICE G – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Semelhanças e diferenças entre comprar, adotar ou ganhar um cão de companhia na cidade de São Paulo

Convido você a participar desta pesquisa, que tem como objetivo verificar os modos de aquisição de um cão de companhia, os motivos para tal e o relacionamento ser humano-cão. Está sendo realizada pela estudante Alice de Carvalho Frank, como Pesquisa de Mestrado para o Programa de Pós-graduação em Epidemiologia Experimental Aplicada às Zoonoses da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo.

Sua participação é voluntária e a decisão de desistir poderá ser feita a qualquer momento, sem necessidade de explicações. Outros esclarecimentos também poderão ser solicitados sempre que você julgar necessário. Os participantes da pesquisa responderão a questionários de múltipla escolha e perguntas abertas. Os resultados deste estudo poderão ser publicados, mas seu nome não aparecerá e será mantido sigilo das informações que possam identificá-lo/a ou àqueles a quem você se referir. Quando a pesquisa estiver pronta, nós nos comprometemos a entrar em contato para conversarmos sobre os resultados.

Não há riscos potenciais diretos em participar do estudo, mas, caso você sinta a necessidade de esclarecer outras dúvidas decorrentes da entrevista, sinta-se confortável em me contatar por meio do e-mail: alice.frank@gmail.com

Pesquisadora: Alice de Carvalho Frank
Orientador: Prof. Dr. Ricardo Augusto Dias

- ☐ Li as informações acima sobre a pesquisa e NÃO ACEITO participar da mesma.
- ☐ Li as informações acima sobre a pesquisa e me considero esclarecido(a) acerca de seu conteúdo e objetivos. Em decorrência, ACEITO participar da mesma por meio da entrevista solicitada.

São Paulo, 2014.

Qualquer questão, dúvida, esclarecimento ou reclamação sobre os aspectos éticos desta pesquisa, favor entrar em contato com: Comissão de Ética no Uso de Animais da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo, Av. Prof. Dr. Orlando Marques de Paiva, 87. Telefone: 3091-7676 - e-mail: ceuavet@usp.br

APÊNDICE H – Convite enviado por email para participação da segunda etapa

Olá, _____, tudo bem?

Há um ano, você participou da pesquisa “Semelhanças e diferenças entre adotar, comprar ou ganhar um cão de companhia na cidade de São Paulo” com seu cão _____. Estamos iniciando a segunda etapa desta pesquisa, que consiste em um questionário rápido para sabermos como vocês estão.

Este é o link para o questionário: <http://goo.gl/forms/knf8LvWlgn>

Sua participação é **ESSENCIAL** para a finalização da pesquisa! Você estará contribuindo para a melhor compreensão do relacionamento entre o ser humano e o cão.

Agradecemos sua participação e interesse!

ANEXO A – DAQ: *Dog Attachment Questionnaire* (traduzido para o português)

Por favor, responda selecionando um dos 5 números para cada questão:

Discordo fortemente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo fortemente
1	2	3	4	5

1. ☐ A vida sem o meu cão seria muito difícil, como se uma parte vital minha tivesse sido perdida.
2. ☐ Meu cão é tratado como um membro da família.
3. ☐ A perda do meu cão seria equivalente a de um amigo ou a de um membro da família.
4. ☐ Eu me sinto mais feliz após adquirir o meu cão.
5. ☐ Seria muito difícil lidar com a perda do meu cão.
6. ☐ Meu cão é uma parte importante da minha vida.
7. ☐ Fico muito triste quando penso que poderia perder o meu cão.
8. ☐ É difícil expressar o que a perda do meu cão significaria para mim.
9. ☐ O que eu gosto no meu cão é que ele oferece aceitação, amor e lealdade.
10. ☐ Quando me sinto triste ou ansioso procuro a companhia do meu cão para me confortar.
11. ☐ Eu passo muito tempo falando com o meu cão.
12. ☐ Eu não celebro o aniversário do meu cão.
13. ☐ Eu sinto que o meu cão é uma excelente companhia.
14. ☐ Se eu perdesse o meu cão não pararia de procurá-lo até encontrar.
15. ☐ Eu ofereceria recompensa para quem me devolvesse o meu cão.
16. ☐ O cão é uma fonte de contato e acolhimento.
17. ☐ Eu me sinto próximo ao meu cão.
18. ☐ Durante férias/feriados tomo muito cuidado para que o meu cão fique bem enquanto estou viajando.
19. ☐ Eu gosto quando o meu cão se senta perto de mim.
20. ☐ Tomo muito cuidado para que o meu cão não se perca ou escape.
21. ☐ Eu percebo com frequência que acabo falando sobre o meu cão.
22. ☐ Ter um cão fez bem à minha autoestima.
23. ☐ Quando estou sozinho sempre penso no meu cão.
24. ☐ Eu me sinto mais relaxado quando meu cão está presente.
25. ☐ Eu encorajo o meu cão a dormir na minha cama durante a noite.
26. ☐ Eu não gosto de ir para casa quando meu cão não está lá para me receber.
27. ☐ Eu não viajo durante as férias ou feriados se não posso levar o meu cão comigo.
28. ☐ Eu falo com meu cão usando palavras carinhosas ou linguagem infantil.
29. ☐ Ter um cão significa que você não pode fazer o que quer.
30. ☐ Quando estou viajando raramente penso no meu cão.
31. ☐ As pessoas (de modo geral) são mais importantes para mim do que o meu cão.
32. ☐ Quando me deceptciono/fico triste com as pessoas meu cão não é uma fonte mais confiável de companhia e conforto.
33. ☐ Acho mais fácil falar com o meu cão do que com pessoas.
34. ☐ Meus amigos e família são uma fonte melhor de companhia do que o meu cão.
35. ☐ Eu passo bastante tempo fazendo carinho no meu cão.