

**ROUPA CANINA: UM MERCADO EM ASCENSÃO**  
CANINE CLOTHES: A MARKET IN ASCENSION

FAGIOLO, Raphael Felipe, Bacharel  
Professor da Universidade Estadual de Maringá  
E-mail: [raphaelfagiolo@hotmail.com](mailto:raphaelfagiolo@hotmail.com)

**RESUMO**

Este artigo trata do mercado de roupas para cães, um estudo sobre as necessidades do uso da roupa, a relação entre o cão e seu dono, além da função estética aplicada às roupas caninas e o mercado de *pet shop* no Brasil. Estabelece uma integração entre usabilidade, ergonomia e estética, aplicada a esse público, analisando as melhores formas de desenvolver um produto específico, proporcionando mobilidade, segurança e conforto ao cão, além do apelo estético necessário ao proprietário do cão.

**Palavras-chave:** Roupa canina, ergonomia, Estética.

**ABSTRACT**

This article deals with the market of clothes for dogs, a study on the necessities of the use of the clothes, the relation between the dog and its owner, beyond the aesthetic function applied to the canine clothes and the market of pet shop in Brazil. It establishes an integration between usability, aesthetic ergonomics and, applied to this public, analyzing the best forms to develop a specific product, providing mobility, security and confort to the dog, beyond I appeal aesthetic necessary the proprietor the dog.

**Keywords:** Canine clothes, ergonomics, Aesthetic.

## **1- RELAÇÃO ENTRE O CÃO E O HOMEM**

A nova configuração urbana crescente nos últimos anos fez surgir cidades muradas, encarceradas. Esse fato não se deve somente ao aumento da criminalidade, que fez com que muitas pessoas passassem mais tempo em suas casas. Deve-se também à expansão da tecnologia e seus dispositivos de informática e comunicação, que tem por base o intenso individualismo.

Segundo Santos (2004), através desta estética apoiada entre o dentro e o fora, o permitido e o proibido, a chegada e a saída, as cidades comunicam mais do que permitem comunicação. Dessa forma as pessoas passam a se isolar, tornando-se solitárias.

Numa sociedade de características individualistas, da solidão e isolamento, a procura por uma companhia é imensa, provas disso são os inúmeros *sites* de namoro e relacionamento existente na internet.

Essa solidão urbana pode ser minimizada com a inserção de um animal nesse meio, principalmente um cão. Analisando a relação entre o homem e o cão durante a história, esta vem se estreitando conforme os anos. Com nenhum outro animal o homem consegue estabelecer uma relação tão íntima como com o cão, que mantém uma comunicação afetiva imensa com seu dono.

O dono vê no cão um amigo, um namorado ou até mesmo um filho que não pode ter. A partir do contato começam a surgir relações de afetividade entre o homem e o cão, atos como conversar, abraçar, cuidar, comportamentos atribuídos a relações interpessoais e não interespecies.

Devido a essa integração pode haver a descaracterização dos comportamentos naturais e instintivos desses animais, levando-os muitas vezes a praticar comportamentos semelhantes aos dos humanos. São os denominados cães humanizados.

Usam roupas como as dos humanos, são tratados como bebês, se tornam totalmente dependentes do dono. Algumas vezes em contato com outros cães não se reconhece como pertencente à mesma espécie, se escondendo ou ficando agressivo. Mesmo sendo a genética o fator mais importante para a determinação do comportamento canino, quando o cão passa a receber tratamento humano exagerado e pouco contato com animais da mesma espécie, o meio onde vive é o fator determinante de suas ações.

## **2- VALORIZAÇÃO DA ESTÉTICA**

A busca pelo belo é algo natural no ser humano, de várias e diferentes maneiras tenta realizá-las. Pelo fato de que as pessoas seguem sempre um padrão de beleza e um ideal de

perfeição estética, tanto moral, intelectual como materialmente, as formas de beleza e suas individualidades são experimentadas através da realização dessa perfeição.

O homem coloca no inconsciente seu estado de felicidade, de prazer e, segundo Lisboa (2005) é através da beleza que ele experimenta essa felicidade, pela emoção que esta o causa. Dessa forma a beleza é aplicada em tudo com o que se convive, independente do padrão estético estabelecido para tal. Até mesmo nos animais de estimação.

A utilização de roupas em cães muitas vezes ultrapassa o limite da necessidade do animal, passando a ser uma necessidade do dono. A busca por um amigo humano acaba fazendo do uso de roupas caninas uma tentativa de “humanização” do cão. Caracteriza-se pelo uso de roupas desconfortáveis e desnecessárias para o cão, como vestidos esvoaçantes, chapéus, gravatas, fantasias de super-herói entre outros.

É possível perceber que o uso de roupas que ridicularizam o animal é maior nas camadas mais altas da sociedade. Nessa classe o cão não só tem suas roupas humanizadas, mas todas as suas ações. Eles frequentam festas, salões de beleza, clubes, fazem *books* fotográficos e até se casam!



FONTE: <http://images.buycostumes.com/mgen/merchandiser/11045.jpg>

**Imagem1:** O exagero pode ridicularizar o animal

### **3- UTILIDADE DAS ROUPAS PARA OS CÃES**

A maioria das pessoas sempre discute o uso de roupas em animais. No caso do cão, que é a companhia da maioria dessas pessoas, a utilização de roupas caninas e acessórios complementares podem ter razões de necessidade fisiológica ou puramente estéticas. A primeira são as necessidades do cão, a segunda são as necessidades do próprio dono.

Todos os cães possuem uma camada de pêlos que mantêm sua temperatura durante os dias frios. Determinadas raças, como o Husky Siberiano e Terra Nova, possuem duas camadas de pêlos, além de uma camada espessa de gordura, sendo que, para esses o uso de roupas é dispensável. Entretanto algumas raças de pelagem curta não possuem essa resistência ao clima

frio, sofrendo com as baixas temperaturas. Para essas situações o uso de roupas deixa de ser estético para ser uma necessidade. Além disso, é da natureza de alguns cães dormirem em tocas e próximos uns aos outros para se aquecerem, portanto cães domesticados perdem essa adaptação.

A utilização de capas de chuva pode para muitos parecer fútil, mas para cães idosos e alguns cães com alterações na coluna, como o Basset Hound, é indispensável. Cães idosos possuem problemas osteoarticulares, como artrose, calcificação na coluna e hérnia de disco e sentem mais dor quando expostos ao frio. Segundo Vines (2008) as roupas e cobertores não servem somente de enfeite, mas pra proteger do vento e da umidade.

Em lugares onde a temperatura é excessivamente baixa, o uso de botas evita que os cachorros queimem suas patas na neve e no sal que é espalhado sobre ela. Para esse caso tal acessório é necessário.

Expostos a temperaturas baixas, o cão pode apresentar sinais clínicos que lembram o resfriado humano, com tosse, espirros, febre, falta de apetite e coriza, e recebe o nome traqueobronquite ou "tosse dos canis", possui uma maior predisposição nos meses frios, pela baixa temperatura. Nesse casos é melhor que o cão utilize uma roupa que o mantenha aquecido, e se não se adaptar à roupa, um abrigo fechado (casinha), com cobertores onde ele possa se aquecer. Segundo Vines (2008):

“Assim como os humanos, os animais também ficam mais suscetíveis às doenças respiratórias no inverno. A principal delas é a traqueobronquite infecciosa canina (popularmente conhecida como gripe canina), doença que causa tosse seca como se o animal estivesse engasgado e pode ser associada a infecções virais e bacterianas como a pneumonia e a otite.”



FONTE: Arquivo pessoal

**Imagem:** Cão usando capa de chuva

#### **4- ANALISANDO O MERCADO PET SHOP**

Devido à elevada procura de animais de estimação, o mercado canino teve um aumento expressivo. O cão passa a ser socialmente significativo, fazendo parte da vida de seu dono, como num grau de parentesco. A partir disso, quando o dono entra num pet shop, deixa de ser um mero consumidor para ser alguém que foi comprar algo para o cachorro, incluindo o dono do cão num sistema de relações mediado pelo animal: o cão passa a ser o consumidor.

Segundo levantamento da Associação Nacional dos Fabricantes de Alimentos para Animais de Estimação existe aproximadamente 8 mil lojas pet shops em todo o Brasil, número pequeno de lojas para suprir a necessidade de uma população de 28 milhões de cães. São eles os responsáveis por potencializar maior parte desse mercado.

Esse mercado gera também aproximadamente 30 mil empregos formais, de acordo com pesquisa do Sebrae (Sebrae, 2005), movimentando mais de R\$ 5 bilhões de reais no país.

Tamanha é a demanda por serviços especializados a animais de estimação que já criaram cursos profissionalizantes na área. Devido à profissionalização do varejo especializado e surgimento de grandes lojas no setor, as empresas começaram a expandir suas marcas. Com isso o mercado canino cresce aproximadamente 20% ao ano.

#### **5- ESTUDO DA ROUPA CANINA IDEAL**

Tendo em vista o crescimento do mercado de roupas caninas e a necessidade de alguns cães usarem roupas, principalmente durante os dias frios, é preciso fazê-lo de forma consciente. O abuso na escolha das roupas não só humaniza o cão, ridicularizando, como também pode ser incômodo para o mesmo.

A roupa é a extensão do corpo, até mesmo para os cães, e devem estabelecer conforto térmico, mobilidade, segurança e higiene.

Deve-se pensar em roupas que supram primeiramente suas necessidades primordiais, seu aquecimento. As roupas devem ser confeccionadas em matéria-prima que mantenha a temperatura do corpo, mas não deve cobri-lo totalmente (ele tem necessidades fisiológicas). O material também não pode ser alérgico, pois já se sabe que alguns cães sofrem de doenças respiratórias. Este material têxtil tem que primar pelas propriedades físicas, relacionadas ao conforto, além das propriedades químicas e biológicas, que estão relacionadas aos efeitos do tecido diretamente na saúde e bem estar do animal.

Outro fator a ser analisado é a modelagem. O cão possui uma anatomia totalmente diferente da humana, por isso suas roupas devem acompanhar sua anatomia. Caso contrário a roupa prenderá seus movimentos, será incômoda, e o cão não se adaptará ao uso de roupas.

No caso das roupas para os dias de chuva, é preciso que o tecido seja impermeabilizado, alguns tecidos sintéticos crescentes no mercado protegem contra a água e secam mais rapidamente.

É importante também pensar na vestibilidade, afinal, o cão não se veste sozinho, e na maioria das vezes se sente agredido ao ser vestido pelo dono por peças de fechamento dificultoso.

O apelo estético está profundamente envolvido nesse meio. Roupas coloridas, estampadas, design diferenciado. A decisão da compra da roupa é dada pelo dono, e de acordo com seu gosto. O perfil dos donos de animais de estimação deve ser analisado, seu desejo em obter um produto que faça seu cão sentir-se bem, fazendo com que ele fique feliz.

“O produto de Moda não possui somente a função de revestir e proteger o corpo contra intempéries; ele assume, ainda, três funções: pragmática, social e função estética... não é somente determinada função que governa a outra. Há uma sucessiva redefinição da relação entre estas três funções. O *design*, a criatividade e as tendências de moda, aliadas à deficição dos mercados e dos seus determinantes sócio culturais são variáveis prioritárias”. (RECH, 2001)

Essa integração entre usabilidade, modelagem e estética, segundo Martins (2005), são definidos pelos diferentes tipos de segunda pele e sob diferentes tipos de usos, ou necessidades de uso. Levando em consideração o comportamento e necessidade, que é da natureza do cão, o limite é a descaracterização.

## **6- CONCLUSÃO**

Toda evolução estética, tecnológica e de confortabilidade evoca conhecimentos minuciosos neste novo século. A inserção do cão doméstico dentro desta sociedade, seja como apelo de companhia ou ainda como forma de suprir a carência social do indivíduo, é de suma importância, devendo-se levar em conta o bem estar do animal doméstico.

O estudo através deste artigo mostra o relacionamento entre o homem e o cão, trazendo para o animal um olhar focado para suas verdadeiras necessidades no que diz respeito a vestuário.

Num mercado competitivo, a roupa canina deve ser trabalhada de forma correta, analisando conforto, modelagem e apelo estético, relacionados diretamente às diferentes raças de cães. Levando em consideração o aumento do número cães na vida das pessoas e a variedade de cuidados e mimos que isso implica, esse mercado de roupas para cães não só é de uma viabilidade imensa como é também bastante curioso.

## 7- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

OLIVEIRA, S. B. C. **Sobre homens e cães: um estudo antropológico sobre afetividade, consumo e distinção.** Dissertação de Mestrado Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.

LISBÔA, M.G.P.; BISOGNIN, E.L.; LISBÔA FILHO, F.F.. **Comunicação e Design: interfaces a partir de conceitos de estética.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

SEBRAE. **Pet shops formam um dos segmentos que mais crescem no mercado.** Sebrae, 17 de fevereiro de 2005. Disponível em: [http://www.sebrae-sc.com.br/novos\\_destaquos/oportunidade/main.asp](http://www.sebrae-sc.com.br/novos_destaquos/oportunidade/main.asp). Acesso em: 15/06/2008.

RECH, Sandra Regina. **Moda: por um fio de qualidade.** Florianópolis: Editora da UDESC, 2002.

MARTINS, S. B. **O conforto no vestuário: uma interpretação da ergonomia. Metodologia para avaliação de usabilidade e conforto no vestuário.** Florianópolis, Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Doutorado em Engenharia de Produção – UFSC, 2005.

SANTOS, T.C.. **O Estar Só e a Cidade: As Mudanças na Subjetividade.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM

VINES, J. **Bem protegidos do frio.** Portal RPC – Gazeta do Povo, 07 de junho de 2008. Disponível em: <http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/animal/> . Acesso em: 28/06/2008.

## Raphael Felipe Fagiolo

Bacharel em Moda – Habilitação em modelagem e desenvolvimento de produto, pela Universidade Estadual de Maringá; Pós-graduado em Desenvolvimento de Produtos de Moda, pela Universidade Paranaense. Professor do curso de Moda da Universidade Estadual de Maringá, Campus Regional de Cianorte.