

EL MATE EN CHILE: ENTRE LO COMUNITARIO Y LA INDIVIDUALIZACIÓN DEL GUSTO

MARTINA CAYUL*

DANIELA PESSOA**

Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile



* mrcayul@uc.cl **ORCID:** 0000-0002-3607-7769

** dfpessoa@uc.cl **ORCID:** 0000-0003-1812-7141

Artículo de investigación recibido: 5 de mayo de 2020. Aprobado: 20 de octubre de 2020

Cómo citar este artículo:

Cayul, Martina y Daniela Pessoa. 2020. "El mate en Chile: entre lo comunitario y la individualización del gusto".

Maguaré 34, 2: 85-112. DOI: <https://doi.org/10.15446/mag.v34n2.92581>

RESUMEN

Este artículo explora las dinámicas del consumo de mate en la capital de Chile y la Región de Los Lagos, al sur del país. Con base en entrevistas en profundidad, observación participante y análisis de contenido, contrastamos el consumo comunitario, basado en una experiencia estética de copresencialidad en el sur del país, y la tecnificación e individualización del consumo en Santiago. En la capital, el consumo de mate se ha convertido en un gusto de la clase media-alta, un elemento de distinción impulsado por la creación de nuevos productos y espacios de consumo que expresan la apropiación y mistificación de la yerba mate.

Palabras clave: Chile, consumo compartido, consumo individual, dinámicas de consumo, estética de la alimentación, modernización alimentaria, sociología de la alimentación, yerba mate.

THE MATE IN CHILE: FROM COMMUNAL TO INDIVIDUAL CONSUMPTION

ABSTRACT

This article explores the dynamics of consumption of *yerba mate* (*Ilex paraguariensis*) in Santiago de Chile and the *Región de Los Lagos* in Southern Chile. Based on in-depth interviews, participant observation, and content analysis, we highlight the contrast between shared communal consumption, from an aesthetic experience of co-presence in the south of the country, and the technification and individualization of consumption in the capital city. There, the consumption of *mate* has become part of the upper-middle class' good taste, and an element of distinction spurred by the creation of new products and consumption spaces that point to their appropriation and mystification of *yerba mate*.

Keywords: Chile, consumption dynamics, food aesthetics, food modernization, individual consumption, shared consumption, sociology of food, yerba mate.

A ERVA MATE NO CHILE: ENTRE O COMUNITÁRIO E A INDIVIDUALIZAÇÃO DO GUSTO

RESUMO

Este artigo explora as dinâmicas do consumo de erva mate na capital do Chile e na região Los Lagos, no sul do país. Com base em entrevistas em profundidade, observação participante e análise de conteúdo, comparamos o consumo comunitário, baseado numa experiência estética de copresencialidade no sul do país, com a tecnificação e a individualização do consumo em Santiago do Chile. Na capital, o consumo de mate tem se tornado um gosto da classe média-alta, um elemento de diferenciação impulsionado pela criação de produtos e espaços de consumo que expressam a apropriação e a mistificação da erva mate.

Palavras-chave: Chile, consumo partilhado, consumo individual, dinâmicas de consumo, estética da alimentação, modernização alimentar, sociologia da alimentação, erva mate.

INTRODUCCIÓN

La yerba mate (*Ilex paraguariensis*) servida con agua caliente, en un recipiente y con una bombilla (la materialidad de estos implementos es diversa¹), es una infusión conocida como *mate*, cuyo origen puede rastrearse desde épocas precoloniales en las comunidades guaraníes (Ricca 2006). El acto de ingerir este brebaje en compañía de otras personas puede ser conocido como *mateada* (Ricca 2006) y esta dinámica de comensalidad, cuyas características varía, nos lleva a afirmar que, más que una simple bebida, el mate puede constituir una instancia alimentaria en sí mismo.

El consumo de mate en Chile tiene una historia que data del siglo XVI, cuando la bebida fue introducida en el panorama nacional (Jeffs 2017; Ricca 2006; Soler 2016). Si bien el mate estaba presente de modo transversal en la sociedad chilena y había una costumbre cotidiana de beberlo (Couyoumdjian 2009), desde finales del siglo XVIII decayó su consumo debido al aumento de los precios de la yerba mate, producto de la extinción de la Compañía de Jesús en 1773; ello llevó a la desaparición de su venta en el mercado (Barreto 1989). Por otro lado, desde 1870, ocurrió un proceso de transformación de los hábitos alimenticios a la usanza europea, como consecuencia de la apertura al comercio internacional que relegó el consumo de mate a las clases más bajas de la población (Jeffs 2017; Johan 2010; Landaeta 2003), y a la población rural (Barreto 1989).

A nivel teórico, las investigaciones y textos sobre consumo de mate en Chile suelen indicar que hay un bajo consumo de esta bebida actualmente, mientras lo sitúan principalmente en la zona sur del país y entre las clases bajas (Barreto 2006; Johan 2010). No obstante, en la última década ha surgido una nueva difusión del consumo en Chile, especialmente en la capital del país, asociado a los estudiantes y a las migraciones internas entre las ciudades (Barreto 1989).

La presente investigación exploratoria tiene un carácter interdisciplinario, cuyo objetivo general es explorar las dinámicas actuales del consumo de mate en la capital del país en contraste con el sur de Chile, específicamente la región de los Lagos. Esta comparación responde

1 <https://www.artdec.gob.cl/sitio/Contenido/Colecciones-digitales/9912:Mates-Chilenos>

al hecho de que el consumo en el sur del país tiene una larga historia y una tradición más latente, en contraste con Santiago, en donde ha tenido un proceso de revitalización a partir de los últimos años.

FUNDAMENTACIÓN DEL PROBLEMA

La importancia social del consumo de mate reside en distintos elementos. Por una parte, dada la difusión de su consumo, Jeffs (2014) lo considera como “un género dinamizador de la vida económica del cono sudamericano, constructor de redes comerciales de grandes distancias, creador de rutas y vínculos económicos, sociales y culturales” (4). Por otra, Oberti (1979), Barretto (1989) y el mismo Jeffs (2014) lo consideran un elemento integrador, asociado a significados culturales de gran valor sociocultural. Así, el consumo desde su origen se encuentra marcado por diferencias de clase y estatus (Jeffs 2017), lo que se puede apreciar particularmente en las materialidades de los recipientes en que se bebía: entre la oligarquía podían encontrarse piezas de plata, mientras los de las clases populares eran de calabaza o cerámica².

Entendiendo que la alimentación es un elemento que configura relaciones sociales (Fischler 1995), el análisis del consumo de mate, en tanto bebida que atraviesa la historia nacional desde el siglo XVI (Soler 2016), es relevante para entender las relaciones y estructuras sociales en las que se imbuye dicho consumo en el heterogéneo contexto nacional chileno actual, inserto en procesos globales de modernización. Lo anterior corresponde al factor más implícitamente sociológico de esta investigación, pero también buscamos complementarlo con una visión estética. Consideramos que el consumo de esta bebida supone una dinámica comunitaria (Perullo 2016) que implica la copresencialidad de los comensales y les lleva a reunirse en un lugar íntimo para compartir la bebida, o bien, puede presentarse como una actividad individual en la que se destaca el gusto personal. De tal manera, se desarrolla una ritualidad en torno al consumo, en la que juega un rol principal la interacción misma con los recipientes y la preparación del brebaje; esta puede descansar en el compartir o en el perfeccionamiento de la técnica individual. Son necesarias por lo tanto las miradas disciplinares

2 <https://www.artdec.gob.cl/sitio/Contenido/Colecciones-digitales/9912:Mates-Chilenos>

de ambas áreas del conocimiento para entender de forma compleja este fenómeno.

METODOLOGÍA

Desde una aproximación cualitativa con un enfoque etnometodológico (Garfinkel 2011), desarrollamos esta investigación de carácter exploratorio, ya que el tema ha sido poco tratado en Chile. Recurrimos a la aproximación etnográfica (Cottet, citado por Canales 2006) de los casos de estudio, con observación participante (Bogdan y Taylor 1987, 33) y entrevistas en profundidad (Gaínza, citado por Canales 2006). También hicimos un análisis de contenido (Bell 2001), que incluyó la revisión de archivos audiovisuales (Ortega 2009) y escritos, que recopilamos de redes sociales, periódicos, blogs y otros relacionados con el mate. Hicimos trabajo de campo en la región metropolitana, específicamente en la ciudad de Santiago, y en la región de Los Lagos, en la ciudad de Osorno y en Castro (a las que nos referiremos como la “zona sur”). En cada zona estudiamos seis casos a lo largo de seis meses, seleccionados por un muestreo de conveniencia y contactados por terceros.

Buscamos insertarnos en el mismo ritmo de vida de las personas que consumen mate e intentamos ser parte de su cotidianeidad, pero el mismo hecho de preguntar sobre aquello que hacen diariamente parecía ser uno de los *breaching experiments* de los que habla Garfinkel (2011). Particularmente en la zona sur, las dinámicas de observación se centraron en las casas de las personas y consistieron en tomar mate junto o posterior a una de las comidas principales de los individuos e incluían entrevistas. Además, mantuvimos una atención panorámica en quienes participaban de las dinámicas de consumo de mate, sin enfocarnos en un solo individuo, lo que podría considerarse como una entrevista grupal o discusión de grupo natural no estructurada, ya que las mismas personas compartían sus reflexiones y experiencias en torno al mate. De esta forma, destacamos el carácter etnometodológico de la recolección de información, que considera que el mismo tema de conversación es construido por los interlocutores y es el contexto el que hace coherentes e inteligibles los intercambios que realizan (Coulon 1987).

Por otra parte, en Santiago hicimos entrevistas en profundidad a individuos que hacían una pausa o ruptura en su quehacer cotidiano

para tener el espacio de hablar sobre mate y no en todos los casos hubo un consumo de la infusión en la misma entrevista. Por lo anterior, la mayoría de las entrevistas de esta zona fueron realizadas en los lugares de trabajo de las personas entrevistadas. En el caso de estas entrevistas, como aquellas realizadas en la zona sur, omitimos los nombres de las personas entrevistadas en las transcripciones, con el fin de resguardar la confidencialidad.

RESULTADOS

Antecedentes

Ya que la historia del mate en Chile tiene un recorrido histórico de varios siglos, consideramos importante aclarar que no es un país productor de yerba mate, pero es uno de los mayores consumidores de América Latina, que importa desde Argentina³ y Brasil un formato de preferencia de 250 gramos o medio kilo con yerba ya procesada, mientras que un porcentaje muy bajo de las importaciones corresponde a yerba canchada (Benedetti 2009). Además, el consumo de la zona central del país se asocia a un estilo argentino (Johan 2010). Según los datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)⁴, las importaciones de yerba mate en Chile tuvieron un crecimiento exponencial en 2005, aumentando once veces en relación con el año anterior. En los años posteriores se mantuvo un rango similar de importaciones hasta 2015, cuando volvió a crecer de modo constante hasta 2018, año en el que llegó a las 5502 toneladas de yerba mate importadas a Chile (Banco Central de Chile 2019).

El consumo de esta bebida se ha potenciado en el país y es posible encontrar numerosas marcas en supermercados, tiendas especializadas y locales menores (Benedetti 2009). Sin embargo, observamos una diferencia entre las zonas estudiadas, dado que en Santiago existen tiendas especializadas de mate donde los precios pueden alcanzar los USD 11 (según la tasa de cambio del 6 de octubre de 2020) por un paquete de medio kilo, mientras que en un mercado local de la zona sur no supera los USD 4.

3 <https://www.argentina.gob.ar/noticias/yerba-mate-las-exportaciones-alcanzaron-un-record-historico-y-el-consumo-interno-es-el>

4 <http://www.fao.org/faostat/en/#data/TP>

Es importante tener en consideración que en la ciudad de Osorno, debido a su cercanía con la ciudad argentina de Bariloche, se produce un estrecho intercambio de productos, dado que las personas chilenas viajan a comprar yerba para consumo personal o venta en el mercado, lo que explica también que el precio sea más bajo.

Otro punto de comparación es la venta en cadenas de supermercados, cuyo precio está estandarizado para todo el país, en las que el medio kilo de yerba puede llegar a costar aproximadamente USD 6. Un último aspecto por considerar es la variedad de marcas y tipos de yerba disponibles, que en los supermercados es más reducido, mientras que en las tiendas especializadas de Santiago y los mercados locales de la zona sur ofrecen una variedad mucho más amplia. No obstante, en la zona central del país las diferencias apuntan al tipo de confección de la yerba (con o sin palo, orgánica, entre otros), mientras que en el sur se puede encontrar una mayor variedad de sabores (limón, naranja, boldo, entre otros).

Cabe destacar el caso del boldo, una hierba cultivada en Chile y exportada principalmente a Argentina y Paraguay, “puesto que se utiliza para elaborar mate compuesto, ... que reúne en una sola infusión el placer de beber mate, con la posibilidad de tratar alguna afección de salud con las hierbas medicinales” (Benedetti 2009, 162). No obstante, en la zona sur pudimos observar el uso de hierbas en su estado natural, sumado a un profundo conocimiento de sus cualidades medicinales.

Consumo en Santiago

En la última década ha habido un incremento exponencial del consumo de mate en Santiago, percibido por los mismos entrevistados y constatado por nosotras, al observar ciertos sectores de la ciudad en donde cada vez es más habitual encontrar gente bebiendo en parques o incluso en el transporte público. Además, distintas cafeterías han incorporado el mate en las opciones de su carta. Destaca que muchos de estos nuevos lugares se encuentran en barrios de mayor ingreso económico de Santiago. Por otra parte, la venta de implementos para su consumo (recipiente, bombillas, termos, materas) se ha difundido, tanto en tiendas *online*, como supermercados y tiendas especializadas.

De las personas entrevistadas constatamos que la mayoría tenía el recuerdo de haber tomado en su infancia, y la figura la abuela se dibuja como elemento en común, pero luego dejaron de tomar y lo retomaron

de un modo distinto en su adultez. Este grupo comprendía adultos y adultas entre 40 y 50 años. También está el caso de quienes comenzaron a tomar recientemente sin tener ninguna experiencia previa, sin un recuerdo o conocimiento compartido en el ámbito familiar, que incluye a jóvenes de 20 a 30 años, quienes por sus propios medios han buscado educarse en los modos de preparación y consumo del mate, siguiendo los consejos disponibles en redes sociales y tomando como referente el estilo argentino o uruguayo.

Encontramos también que la mayoría de las personas entrevistadas consumía otras bebidas calientes como té o hierbas, pero en algunos casos la ingesta de café les había provocado reacciones adversas en sus cuerpos, lo que había propiciado el consumo de mate como bebida de reemplazo. En otros casos, el deseo de bajar de peso llevó a que comenzasen a tomar mate y a adquirir otros hábitos alimenticios, como se puede ver en los siguientes testimonios:

Ehh, lo que pasa es que yo tomé mucho café en un momento de mi vida y posiblemente ahí ya me hizo muy mal pa' la guata, y qué sé yo ... Americano también, ocasionalmente, ocasionalmente. Y té y aguas de hierba, más que té. Té de menta, ¿cachai? boldo, ehh... esas son las cosas que como más tomo. (Entrevista 10)

Este año empecé a tomar mate más, digamos, más constantemente; no sé por qué, no me acuerdo bien por qué. Me parece que fue una época en que tenía que tomar fierro, suplemento de fierro y me di cuenta que el café impedía la absorción de fierro, y después me di cuenta [de] que el mate también, pero empecé a usarlo como alternativa. [...] Me di cuenta que me energizaba *heavy*, y que me quitaba el hambre, entonces paso de largo sin ningún problema hasta la hora de almuerzo, lo cual me beneficia para bajar de peso. (Entrevista 9)

Mira yo comencé a tomar mate porque me quitaba el hambre en ese entonces [...]. Yo veo una diferencia muy grande entre los hábitos alimenticios que tenía en ese tiempo y los hábitos alimenticios que tengo actualmente. (Entrevista 11)

También encontramos que algunas de las personas entrevistadas tenían un trato distinto en el gusto y en la relación sensorial con el mate, a diferencia de otras bebidas calientes. En el caso del mate, establecían con mayor claridad un gusto personal, una preparación específica que llevaba a que el modo de tomar mate quedara circunscrito al mundo individual, para beber en solitario. Las razones que daban las mismas personas entrevistadas tenían que ver con que no conocían gente que tomase mate o que tuviera un gusto muy particular que chocaba o excluía al del resto.

La gran mayoría de las veces, lo consumo solo, no porque no quiera compartirlo, sino porque nadie me pide [...]. Tengo un primo que a veces me dice: “¿me das mate?”. Ya, pero [a] él le gusta con azúcar. “Entonces hazte aparte tu mate, porque yo no lo consumo” (Entrevista 6)

Además, sobre los motivos por los que bebían, mencionaban la productividad; tomaban la infusión para tener más energía al trabajar o estudiar. De este modo, incorporaban el mate a la rutina laboral con la intención de mejorar el desempeño; lo llevan al trabajo, al colegio o a la universidad. El mate en este contexto se encuentra desprovisto de un carácter colectivo, y se asocia en cambio a un consumo individual, en general fuera del espacio doméstico. Incluso quienes consumen en su casa suelen hacerlo en solitario, afirmando que “tiene que ver con una cuestión mía, que es como también muy reservado de una instancia personal, ¿entiendes?” (Entrevista 10).

Detectamos a la vez la atención particular en los momentos “más aptos” para tomar mate, en las mañanas o al mediodía, y se evita en las tardes, ya que puede afectar los ritmos del sueño. Sin embargo, el estado de alerta que genera en algunas personas hace que se consuma con este fin y así poder trasnochar estudiando o trabajando: “...es mucha la energía que llega. Es mucha y yo me he visto fácilmente todo el día trabajando, tipeando de verdad con mucha energía” (Entrevista 11). De lo anterior se desprende que el mate se inserta en la rutina y ritmo de vida acelerado de las personas; pasa a ser un instrumento que permite tener la energía suficiente para hacer otras cosas en vez de constituir un evento en sí mismo. Aun si para algunos tiene valor por sí mismo, suele ser una actividad solitaria.

Los recipientes para tomar mate varían según las personas entrevistadas. Hay recipientes de materiales más tradicionales como calabaza, madera y cerámica, pero también recipientes que responden a necesidades netamente prácticas, de metal, de plástico, e incluso la utilización de la misma tapa del termo del agua. Otros consumidores y consumidoras los rechazan, ya que consideran que su material impacta negativamente el sabor del mate o lo asocian a un consumo más “de moda”, menos experimentado. Sin embargo, los mates de plástico se ofrecen en supermercados en la capital, ya que implican menor cuidado, son más fáciles de transportar y se adaptan de manera fácil al ritmo de vida acelerado de Santiago.

Encontramos en Santiago una forma altamente normada de preparar el mate, que destaca una forma *correcta* de tomarlo a la que se le da predilección. Hay una búsqueda consciente por esta forma correcta, que se aprende ya sea por pares o de manera autodidacta a partir de información de páginas de Internet (nacionales o internacionales). Esta se asocia al modo de preparación usado en países de mayor consumo, como Uruguay y Argentina, y se legitima mediante el discurso que asegura que dicha preparación prolonga el sabor, permitiendo que se disfrute más intensa y duraderamente la yerba. El criterio ostenta cierta objetividad y es así cómo se desarrolla una forma altamente tecnificada, homogénea y normativa de preparar, de *cebar* el mate.

Esta forma correcta dicta que el consumo de “mate amargo” debe ser sin azúcar ni la adición de hierbas o elementos para saborizarlo. Quienes lo prefieren dulce, usan endulzantes, como la estevia, que consideran más saludables que el azúcar. Para la preparación del mate, primero se pone la yerba en el recipiente y este es agitado tapándolo con la mano para así “sacarle el polvillo”. Se deja la yerba en un ángulo, de manera que quede un agujero en donde se pone la bombilla, la cual no debe moverse posteriormente. El agua se va añadiendo, con un termo, al lado de la bombilla, con el fin de no mojar la yerba completa y así prolongar su intenso sabor. El termo se usa cuando el mate sale del espacio doméstico (más específicamente, de la cocina) hacia los lugares de trabajo y estudio. Se tiene un especial cuidado con la temperatura del agua, que no debe estar hirviendo para evitar que se queme la yerba, lo que impacta negativamente su sabor y provoca que esta se “lave” (quede aguada) más rápidamente. Dado que el consumo se asocia en general con instancias de producción,

no se suele acompañar con comida y, en algunos casos, reemplaza el desayuno o refrigerios por motivos dietéticos.

Las personas entrevistadas relacionaron el mate con un estilo de vida saludable, que destaca sus efectos positivos en el cuerpo tales como bajar de peso, tener más energía y reemplazar el café para evitar problemas estomacales. El conocimiento de estos efectos va asociado a un cierto capital cultural, en tanto estos efectos positivos se describen bajo conceptos científicos. Asimismo, se privilegia su consumo en tanto estimulante y, por lo tanto, como forma de potenciar la productividad, lo que indica la racionalización de los motivos del consumo, en tanto es “indudable la atención de la población chilena hacia productos alimenticios naturales y con propiedades benéficas para la salud” (Benedetti 2009).

A pesar de la racionalización y tecnificación que define el consumo de mate en Santiago, las personas entrevistadas también acudieron a la remembranza que suscita la práctica de consumir mate; evocaron a algún pariente mayor (en general la abuela) que tomaba la bebida. Esta remembranza no solo hacía referencia a la historia familiar, sino también a un tiempo previo a la colonización, que asociaba el mate con el estilo de vida comunitario atribuido a los pueblos indígenas, que percibían ya casi desaparecido en la actualidad. Esto contrasta con la práctica habitualmente en solitario de consumo que afirman tener.

El mate siempre se comparte porque parte como del ADN de la cuestión. Y yo creo que eso viene de la... de la cultura indígena. De la cultura indígena en general de Sudamérica. La cultura indígena es de sentarse alrededor del fuego, sentarse alrededor de una conversación larga, cuando hay tiempo. Es de la cultura de... es de la cultura del estar, del escuchar. La cultura indígena, que la hemos ido perdiendo claramente en nuestras ciudades y nuestro estilo de vida. Pero que los indígenas siguen teniéndola. Los mapuche siguen teniéndola. (Entrevista 2)

Consumo en la zona sur

Tomar mate en el sur es un saber práctico que se transmite generacionalmente, en la experiencia misma, y las características del consumo dependen del espacio social en el que se instale. Pudimos observar que suele ser una práctica realizada de modo familiar en las casas, una dinámica

más bien privada que, a la vez, mantiene la lógica de apertura; tiene ciertas similitudes con las dinámicas de consumo que encontramos entre la comunidad jesuita; a nadie se le niega un mate (Cayul y Pessoa 2020). Desde una temprana edad las y los adultos lo comparten, lo observan, lo prueban y, así, aprenden a tomarlo. Quienes ya son personas de la tercera edad han consumido toda su vida del mismo modo e, incluso en las generaciones más jóvenes, hay una continuidad en el modo de tomar mate. Cabe señalar que esta práctica, según lo que nos informó uno de los entrevistados, difiere de las de la zona patagónica del país.

En la zona sur, lo suelen tomar todos los días entre las comidas principales, sea después de desayunar, almorzar o cenar, aunque también se acompaña de algo para comer, sea al *tomar onces* o con “alguna cosita” como galletas o queque. Sin embargo, no hay un horario determinado para consumir mate; puede ser en la mañana o muy tarde en la noche, después de cenar, aunque a veces también está aquella intención o planificación de *matear*, el decidir juntarse en una casa para tomar mate. Sin embargo, no necesariamente hay una exclusividad del mate; en algunos casos pudimos observar que, mientras se pasaban el recipiente de mano en mano, también podían estar tomando otra bebida (café, té, jugo o gaseosa). Lo que sobresale es aquella dinámica de darse un tiempo extendido para sentarse en la mesa, junto a la cocina de leña (si es que la hay), para conversar compartiendo un mate.

Hay ciertas reglas asociadas al consumo que no se explican ni mencionan, sino que más bien se aprenden al ir participando de tomar mate: dar las gracias, por ejemplo, significa que una persona ya no desea beber más; pero si una persona no lo sabe y agradece el gesto, luego no le darán más. También destaca la figura de quien ceba el mate, que se encarga de prepararlo, ponerle agua y azúcar cada vez que le sirve a alguien, y debe llevar la cuenta de los respectivos turnos para tomar. Pudimos apreciar que quien ceba puede ser un hombre o una mujer, pero suele ser la figura de autoridad en la casa: la abuela, la dueña de casa o el hombre de mayor edad. La ronda va *pingponeando*, esto es, la persona que ceba toma y luego se lo entrega a alguien, quien al terminar de beber se lo devuelve al cebador para que le ponga agua y azúcar, y luego se lo entrega a alguien más, hasta completar el círculo y volver a empezar.

El recipiente mismo en el que se toma mate suele ser más pequeño que los que se usan en Argentina o Uruguay; si bien podemos encontrar

el típico mate de calabaza, también utilizan algunos de cerámica o tazas bajas. Para prepararlo se le pone la yerba mate, *pastos* (hierbas tales como la menta, poleo, melí, cedrón, entre otras) o cáscaras de limón, azúcar (o endulzante) y agua hasta llenar el recipiente, lo que se revuelve con la bombilla. Se suele calentar el agua en una tetera sobre la cocina a leña, se mantiene ahí y se va rellenando, por lo que se sirve muy caliente y se debe beber lentamente para no quemarse. Con respecto a la cantidad de azúcar, “si a usted le gusta dulce y a mí, amargo, se le pone un poco de azúcar [...] un término medio para que todos tomen” (Entrevista 4), con la intención de que sea del gusto de la mayoría y pueda compartirse. En el caso de las personas que no pueden ingerir azúcar, se reemplaza por endulzante y se mantiene el gesto de ponerle unas gotitas (si es líquido) cada vez que se sirve el agua. Al mojar toda la yerba, se *lava* rápidamente, por lo que luego de un par de vueltas se cambia (se agrega más yerba mate) y se sigue tomando.

Circula allí un conocimiento oralmente transmitido sobre las propiedades beneficiosas del mate y de las hierbas que se le agregan, que llega al punto de atribuirle un sinfín de capacidades curativas. Una entrevistada (Entrevista 7) señalaba que, para disminuir la inflamación de garganta, mascaba la yerba ya lavada, es decir, que había bebido. Pero no hay una intencionalidad funcionalista o utilitaria en el consumo del mate, como se aprecia con mayor claridad en la zona central en donde sirve como medio para obtener un beneficio físico, bajar de peso, por ejemplo. En el sur hay un consumo constante de mate que en algunas ocasiones va acompañado de ciertas hierbas para disminuir un dolor de estómago o simplemente para agregarle un sabor distinto.

Allí el mate es un tiempo y espacio de encuentro entre quienes se conocen; también es un don que permite fortalecer los vínculos comunitarios y, a la vez, hacerse parte de esta comunidad. Es el “momento de relajó” (Entrevista 12) para sentarse, despreocuparse, “detenerse y darse el tiempo” (Entrevista 4) de conversar, contar anécdotas, *copuchar* (hablar sobre las infidencias y rumores de las personas conocidas). En el mate se comparte lo que se bebe, el tiempo, las palabras... la copresencialidad. Lleva a salirse de la temporalidad propia de la rutina, para entrar en una atemporalidad, un ritmo que invita a demorarse y quedarse ahí. Predomina lo comunitario del gusto sobre las preferencias personales y lo técnico queda en segundo plano. No hay un modo correcto de cebar el mate, pero sí una forma establecida de consumirlo, que es la de compartir.

Si bien las personas entrevistadas no mencionaron explícitamente los motivos del consumo de la yerba, uno de ellos afirmaba que tomaba cuando le venía el impulso y lo relacionaba con el momento de sentarse a compartir con su familia (Entrevista 5). Sobresale también la importancia de la presencia del mate en los hogares, al punto de afirmar que “una casa sin mate no es casa” (Entrevista 4)

REVISIÓN DE ARCHIVOS: NUEVAS TENDENCIAS EN TORNO AL MATE

Primero, pudimos constatar que las noticias en torno al mate se incrementaron en la última década en los periódicos nacionales. Si bien algunas notas de prensa incluían una reseña histórica sobre el origen de esta bebida y su consumo en Chile, lo situaban en un pasado lejano y como una práctica olvidada, mientras que otros medios lo presentaban como una incorporación reciente al país. Un ejemplo de esto es una nota de 2012 publicada en el portal de *Biobio Chile* titulada “Los 10 beneficios que los chilenos habíamos *olvidado* del consumo de mate”⁵ (las cursivas son nuestras). Llama la atención que el enfoque esté puesto en los beneficios físicos del consumo más allá de la dinámica misma, y que esta se presente como algo que fue discontinuado.

Durante el 2012, el portal de noticias *24horas* publicó un vídeo en la sección de Espectáculos y Cultura, que anunciaba la creciente popularidad de esta “tradicional infusión entre los chilenos”⁶ y subrayaba que incluso los restaurantes lo tenían en su carta. Después incluyeron una serie de notas de prensa en la sección de Salud y Bienestar, donde argumentaban los beneficios comprobados por la ciencias de tomar mate⁷ y también recalca la reciente popularidad y expansión del consumo más allá del sur del país⁸. Un último aspecto que destacar de este sitio en particular es que definía el mate como un bebestible “típico de los

5 <https://www.biobiochile.cl/noticias/2012/02/05/los-10-beneficios-que-los-chilenos-habiamos-olvidado-del-consumo-de-la-yerba-mate.shtml>

6 <https://www.24horas.cl/tendencias/espectaculosycultura/los-secretos-del-mate-199924>

7 <https://www.24horas.cl/tendencias/salud-bienestar/consumo-de-hierba-mate-retrasa-el-envejecimiento-celular-406569>

8 <https://www.24horas.cl/tendencias/salud-bienestar/por-que-el-mate-es-tan-popular-en-chile-408341>

argentinos, pero poco a poco se ha ido arraigando entre los ciudadanos de nuestro país (Chile)⁹; además incluía una serie de indicaciones para cebar, cuyo referente era el modo de preparación que puede identificarse como el argentino, posicionando al país trasandino como principal referente en tanto consumidor y tipo de consumo.

Desde una mirada foránea sobre el consumo de mate en Chile, nos encontramos con el blog *Fans del Mate* que publicó un artículo titulado “El mate se toma en Argentina, Uruguay, Paraguay, Brasil y... también en Chile”¹⁰ como sorpresa de su *descubrimiento*. Mientras tanto, el Instituto Nacional de la Yerba Mate en Argentina pareciera celebrar el incremento del consumo en Chile¹¹, como parte de su campaña “Todos en el Mate”¹² que se ha desplegado mediante redes sociales y organizado instancias de formación, como la “Cata de Yerba Mate Argentina en Chile” realizada en 2017 (Figura 1).

Figura 1: Cata de Yerba Mate de Todomate



Fuente: perfil de twitter de Yerba Mate Argentina, agosto 7 de 2017.

En esta instancia en particular asistieron personas que ya tomaban mate, pero les (in)formó sobre el modo *correcto* o más adecuado de pre-

9 <https://www.24horas.cl/tendencias/salud-bienestar/descubre-los-beneficios-de-consumir-yerba-mate-1829270>

10 <https://www.fansdelmate.com/habitos-y-costumbres/chilenos-tambien-toman-mate.html>

11 <https://yerbamateargentina.org.ar/el-mate-conquista-a-los-jovenes-chilenos/>

12 Todos en el Mate. Disponible en: <https://www.todoestaenelmate.cl/>

pararlo. Además, participaron de esta actividad¹³ figuras de televisión y artistas asociados a los estratos más altos del país. Algunas de estas personas se han vuelto *expertos del mate*¹⁴, transformándose en embajadores de una imagen de vida saludable, productiva y conectada con la naturaleza, tres elementos que configuran el discurso que promueve el consumo de mate en Chile. En consonancia con esto, una entrevistada de Santiago nos comentó que parte de las razones por las que consumía era que seguía páginas sobre comida sana en Instagram:

Elas como que hablan de las bondades del mate, no... o sea, no sé si... no me acuerdo en este momento qué características en específico promueven, pero claro, lo promueven como consumo saludable. Es que ellas son dos personas que promueven la alimentación saludable, [...] tratan de promover temas de no procesados, alimentos no procesados, y también es fan del mate. (Entrevista 9)

Mientras tanto, ninguna de las personas entrevistadas de la zona sur tenía conocimiento de esta campaña ni buscaba consejos en Internet sobre la *correcta* preparación del mate. Por ello, percibimos el carácter normado en el modo de cebar la infusión que presentan los medios que hablan sobre el mate como algo novedoso o teniendo como referente las costumbres de otros países del Cono Sur.

Considerando la expansión del consumo, que se aleja del regional o tradicional, hay también un público objetivo al que iría dirigido. En 2017, una noticia de *El Mercurio* anunciaba que “El mate conquista a los jóvenes chilenos”¹⁵ y otro diario digital mencionaba que esta nueva tendencia de consumo apuntaba a grupos de jóvenes y adultos jóvenes quienes serían “los que se transforman en #matelovers”¹⁶. Hay también un cambio en la instancia y espacio de consumo, ya que ahora existe la posibilidad de beber en restaurantes o tiendas especializadas como las que se mencionan en el blog de *Todo Esta en el Mate*¹⁷. Dentro de estos

13 https://www.youtube.com/watch?v=aL9ZkedDQWo&feature=emb_title&ab_channel=TodoEstaEnElMate

14 <https://www.todoestaenelmate.cl/expertos-del-mate.html>

15 <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=424250>

16 <https://www.latercera.com/noticia/chile-segundo-pais-del-mundo-mas-consume-mate-argentino/>

17 <https://www.todoestaenelmate.cl/blog-todo-esta-en-el-mate/june-22nd-2018>

se destaca De Sur Mate Bar, local en la zona oriente, la de más altos ingresos de Santiago¹⁸, que se especializa en la venta de yerba, recipientes y otros implementos para tomar mate, tales como termos, bombillas, etcétera. Pero la particularidad de esta tienda es que también se presenta como un espacio en el que se puede aprender a tomar mate (Figura 2).

Figura 2: Tomar mate en el bar



Cada persona bebe de manera individual. Fuente: página de Instagram Del Sur Mate bar, enero 11 de 2019.

De este modo, la nueva *moda* del mate involucra no solo una preparación distinta, sino que también representa una transformación en el consumo, que sale del espacio hogareño y se incorpora a tiendas de especialidad, como la mencionada recientemente. Es importante destacar que los precios del mate (la infusión) y de los implementos (yerba, recipiente, bombilla) varían según el sector de Santiago en el que se encuentre el negocio. Pero para tener un punto de referencia podemos mostrar el “Kit para principiantes” que se recomienda en Del Sur Mate Bar, que considera los siguientes implementos: yerba, mate (recipiente) y termo, con un precio que ronda los 50 dólares¹⁹.

18 <http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/indicadores/docs/region/Metropolitana.pdf>

19 <https://www.latercera.com/practico/noticia/introduccion-al-mate-principiantes/777227/>

También se puede apreciar la transformación completa en el consumo de mate, como las comidas y bebidas alcohólicas recomendadas en la página de *Todo Esta en el Mate* que incorporan la yerba en sus preparaciones, mientras que ahora se comercializan bebidas con base en la yerba como Caa Yari, producida en Chile (Figura 3); Club Mate, producida en Alemania (Figura 4), y Marley Yerba Mate, producida en Estados Unidos (Figura 5).

Figura 3: Mate en botella de Chile



Fuente: página de Facebook de Caá Yari Mate, agosto 28 de 2017.

Figura 4: Mate en botella de Alemania



Fuente: página de Facebook de Club Mate Chile, noviembre 8 de 2019.

Figura 5: Mate en lata



Fuente: página de Facebook de Marley Coffee Chile, enero 10 de 2019.

Estas empresas aseguran que sus bebidas mantienen los beneficios del mate, pero en un envase más amigable (botella de vidrio o lata) para las personas que habitan la ciudad y están constantemente en movimiento. Sin embargo, en las que provienen de Alemania y Estados Unidos hay una desmaterialización sensorial y simbólica en torno al consumo de mate.

La versión europea se produce como bebida energética y es promocionada como “un perfecto acompañante para fiestas y celebraciones”²⁰, mientras que la producción chilena Caá Yari destaca los beneficios para la salud del mate, pero además suma un componente tradicional y mítico que se observa en el mismo nombre de la marca que, según explican en su página web, proviene de un mito guaraní²¹. Particularmente este gesto corresponde con lo que Aguilera (2016) denomina como *innovar a través de la tradición*, es decir:

incorporar tradición, espesor histórico, antigüedad o cualquier otro concepto afín, es al día de hoy una manera de innovar, [esto funciona en tanto que] posicionar a los productos en el pasado agrega valor, pues los convierte en antiguos, milenarios, tradicionales, es decir, opera como una variable de diferenciación. (Aguilera 2016, 252)

El análisis de plataformas digitales en torno al consumo de mate en Chile revela que estas apuntan particularmente a un público de clase media-alta de Santiago, lo que se explica al examinar sus discursos sobre la productividad y la preocupación por la nutrición (en tanto alimentación saludable). También llama nuestra atención que la mayoría de las imágenes publicitarias y de difusión muestran a mujeres, blancas y jóvenes, u hombres con características similares, mientras que en los blogs de mate se busca promover el consumo de mate a través de figuras de televisión, especialistas en nutrición y deportistas nacionales.

DISCUSIÓN

Hasta hace diez años, en Chile predominaba la idea de que el consumo de mate estaba principalmente acotado a los estratos más humildes y la zona de Chiloé, en el sur del país (Johan 2010). Sin embargo, a partir de las entrevistas y la observación participante, tanto en Santiago como en la región de Los Lagos hemos encontrado que actualmente su consumo es transversal a los distintos estratos socioeconómicos y, en la última década, se ha difundido en la clase media y alta. No obstante, también los significados asociados al mate y su consumo varían entre los distintos

20 <https://pousta.com/club-mate-chile/>

21 Caa Yari Mate. Disponible en: <https://web.caayarimate.cl/>

grupos sociales, así como las distintas zonas estudiadas, lo que convierte su forma específica de consumo en un elemento de distinción simbólica y, como tal, en una práctica enclasable (Bourdieu 1998).

El consumo de mate en la zona sur transforma la práctica en una situación, con una estructura y un significado propios (Barthes 2006). Es un acto ritual que supone el encuentro con el otro y configura un tiempo presente (Sepúlveda 2005), que invita a demorarse en el acto mismo de tomar mate. El gesto mismo de beber provoca detenerse y darse el tiempo de conversar; se puede estar horas tomando mate y vivenciando aquel espacio de encuentro. Por ello, lo vinculamos con la noción de mito que postula Eliade (1991), pues es un saber y una práctica que se centra en un sujeto corporizado que conoce mediante una experiencia vivencial. Para aprender a tomar mate es necesario sentarse a tomar junto a otros y compartir en una comunidad que tiene sus propias reglas tácitas de consumo, así como el modo primordialmente corporal de beber, tener en las manos el recipiente y sorbetear la bombilla. Esto también puede responder a la necesidad de compartir el gusto que, según Perullo (2016), es parte de nuestra naturaleza estética, la cual está profundamente enraizada en la convivialidad (del latín *cum vivere*: vivir juntos), ya que el mate se comparte, se manifiesta como un don siempre disponible para incorporar a otros, propio de la dinámica de consumo sureña.

Además, resulta fundamental que la estructura y la forma de tomar mate está sujeta al actuar de la persona que ceba el mate. La cantidad de azúcar de la bebida y los turnos para beber dependen de quien ceba, que suele ser el o la dueña de casa, que otorga legitimidad principalmente tradicional (Weber 2012) en el consumo de mate. Por otra parte, en Santiago la legitimidad es mayormente formal, ya que se busca cebar el mate del “modo correcto”, derivado del consejo de terceros o de tutoriales de Internet. También el consumo mismo involucra un motivo subjetivamente enunciado. Así, en Santiago el consumo de mate, lejos de estructurar una situación por sí solo, con un espacio y tiempo propio, se inserta en los espacios que deja la rutina de trabajo. Responde entonces a un patrón de consumo ligado a lo que algunos autores han descrito como la *modernidad alimentaria* (Fischler 2010; Barthes 2006), en donde se privilegia el consumo individual en desmedro de la alimentación con comensales, es decir, en comunidad, práctica que le da predilección a un consumo más bien de carácter funcional.

No existe un lugar ni un tiempo específico para el consumo de mate, sino que su consumo responde en gran parte a la necesidad de producir más y de mejor forma.

En contraste con las formas tradicionales del sur de Chile, en Santiago se observa el perfeccionamiento de las técnicas de consumo, que se manifiesta en el cuidado por la temperatura del agua y la forma en la colocación de la bombilla, así como preferencias por ciertos tipos de recipientes o de yerbas. El gusto santiaguino por el mate amargo y sin sabores añadidos se estructura en parte por un culto a la salud, por el cual las clases medias han tendido a asociar con una “exaltación ascética de la sobriedad y del rigor dietético” (Bourdieu 1988, 210). Más allá de las consideraciones de clase, la difusión del consumo de mate en Santiago responde también a una búsqueda de una cierta pureza ante la preocupación que genera la industrialización de producción de alimentos; en palabras de una entrevistada, es “volver a consumir las cosas que nos hacen bien, dejar las cosas tan procesadas” (Entrevista 3).

La idea de una “vuelta” implica también a una remembranza que está implicada en el consumo de mate, que evoca una historia personal, un recuerdo de infancia, tal como nos mencionó una entrevistada: “Mira, mi historia con el mate parte cuando yo era super chica, porque mi abuela tomaba mate...” (Entrevista 9), pero también se hace referencia a una historia nacional como nos comentó otro entrevistado:

O sea, aquí históricamente se ha tomado mate, en el valle Central, ¿cachai? De hecho, en *El húsar de la muerte* —película chilena de 1925— hay una escena muy bonita en la que aparecen tomando mate. En 1925 y están recreando la época de la Independencia, ¿cachai? (Entrevista 10)

Barthes (2006) señala que la comida les permite a los seres humanos insertarse en un pasado nacional, en la que se depositaría experiencia y sabiduría ancestral. Sin embargo, en el mate, específicamente en los nuevos productos que han surgido en torno a este, tales como yerbas con nombres ancestrales que se contraponen a los recipientes de plástico, observamos que esta remembranza puede ser capitalizada y efectivamente lo es. La carga simbólica del mate, ligada a conceptos como tradición, comunidad, pueblos indígenas, deviene una forma de distinguirse en el mercado y puede llegar a ser una estrategia de *marketing*.

CONCLUSIONES

Nuestra investigación se mantiene más bien en lo descriptivo. Dado que es una primera aproximación, constata que hay consumo de mate en Chile, marcado por una variedad de dinámicas que responden en parte a los contextos territoriales y socioculturales de quienes lo consumen. Así, el mate como objeto de estudio abre la posibilidad de comprender las dinámicas y vínculos sociales de distintos grupos. Contrastamos la modernización de la vida en el consumo santiaguino, en contraste con el fuerte carácter ritual y tradicional de la zona sur. Si bien focalizamos esta investigación en estas dos zonas, el consumo de mate en Chile no es exclusivo de estas. A partir de las entrevistas y revisión de archivos, hemos encontrado, por ejemplo, que en la zona patagónica del país hay una fuerte presencia del mate, que tiene su propia forma de consumo, dinámicas y reglas asociadas.

También consideramos relevante mencionar la existencia de un mercado internacional de productos relacionados con el mate, en países en donde no existía un consumo previo de este. Tal es el caso, por ejemplo, de Alemania, donde se produce una bebida fría a base de yerba mate, o el de Francia, en donde existe una champaña infundada con la yerba. Dichos productos han ingresado al mercado nacional chileno, configurando nuevas formas de consumo. Lo anterior da cuenta de la versatilidad que tienen los alimentos, en tanto objetos que configuran relaciones sociales y se vinculan con su entorno. En el caso particular del mate, existe una amplia variedad en su consumo que da paso a futuras investigaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, Isabel. M. 2016. "Devenir típico: una aproximación genealógica al fenómeno merkén en Chile". *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad* 3, 8: 64-81.
- Banco Central de Chile. 2019. *Indicadores de comercio exterior, tercer trimestre 2019*. <https://www.bcentral.cl/contenido/-/detalle/indicadores-de-comercio-exterior-tercer-trimestre-2019>
- Barreto, Margarita. 1989. *El mate: su historia y cultura*. Buenos Aires: Ediciones del Sol.
- Barthes, Roland. 2006. "Por una psico-sociología de la alimentación contemporánea". *Empiria. Revista de metodología de las ciencias sociales* 11: 205-221.

- Bell, Phillip. 2001. "Content Analysis of Visual Images". En *The Handbook of Visual Analysis*, editado por Theo Van Leeuwen y Carey Jewitt. London: Sage Publications.
- Benedetti, Susana. 2009. *Línea base sistematización silvícola, tecnológica y comercial de boldo (Peumus boldus Mol.) en Chile*. INFOR. <https://bibliotecadigital.infor.cl/handle/20.500.12220/18571>
- Bogdan, Robert y Steve Taylor. 1987. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Bourdieu, Pierre. 1988. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Barcelona: Taurus
- Canales, Manuel. Coord.-ed. 2006. *Metodología de la investigación Social. Introducción a los oficios*. Santiago de Chile: LOM.
- Cayul, Martina y Daniela Pessoa. 2020. "A nadie se le niega el mate". *Diálogos* 9, 15: 14-15
- Coulon, Alain. 2005. *La etnometodología*. Madrid: Cátedra.
- Couyoumdjian, Juan Ricardo. 2009. "El mate, el té y el café en Chile desde la independencia hasta 1930". *Boletín de la Academia Chilena de la Historia* 1, 118: 7-56.
- Eliade, Mircea. 1991. "La estructura de los mitos". En *Mito y realidad*, traducido por Luis Gil. Barcelona: Editorial Labor.
- Fischler, Claude. 1995. *El (h)omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Anagrama.
- Fischler, Claude. 2010. "Gastro-nomía y gastro-anomía. Sabiduría del cuerpo y crisis biocultural de la alimentación moderna". *Gazeta de Antropología* 25, 1: Artículo 09.
- Garfinkel, Harold. 2006. *Estudios en etnometodología*. Barcelona: Anthropos.
- Jeffs Munizaga, José. 2014. "La yerba mate como factor en la integración en el Cono Sur y su desplazamiento por el consumo del té en Chile. Un caso de colonialismo consumista". Tesis de maestría en Estudios Internacionales. Universidad Santiago de Chile, Santiago de Chile.
- Jeffs, José Gabriel. 2017. "Chile en el macrocircuito de la yerba mate. Auge y caída de un producto típico del Cono Sur americano". *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad* 4, 11: 148-170.
- Johan Lorenzo, Karla. 2010. *El libro de la yerba mate*. Buenos Aires: Del Nuevo Extremo.

- Landaeta, Romané. 2003. "Entre mates, braceros y salones transitan las siluetas femeninas: Chile entre 1880 y 1950". *Cyber Humanitatis* 27. <https://revistas.uchile.cl/index.php/RCH/article/view/5691/5559>
- Ministerio de Desarrollo Social. *Casen 2015 Región Metropolitana*. Gobierno de Chile. <http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/indicadores/docs/region/Metropolitana.pdf>
- Oberti, Federico. 1979. *Historia y folklore del mate*. Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.
- Ortega, Mario. 2009. Metodología de la sociología visual y su correlato etnológico. *Nueva Época* 22, 59: 165-184.
- Perullo, Nicola. 2016. *Taste as Experience: The Philosophy and Aesthetics of Food*. New York: Columbia University Press.
- Ricca, Javier. 2016. *El mate*. Buenos Aires: Penguin Random House.
- Sepúlveda, Fidel. 2005. "Fiesta y vida". *Aisthesis* 38: 92-98.
- Soler, Luisa Consuelo. 2016. "Redes de comercialización de la yerba mate a partir de las operaciones mercantiles de Salvador Trucíos, Chile (1758-1798)". *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad* 3, 9: 27-53.
- Weber, Max. 2012. *El político y el científico*. Madrid: Alianza.

Fuentes primarias

- 24 horas. 2012. "Los secretos del mate". 24 horas, junio 27. <https://www.24horas.cl/tendencias/espectaculosycultura/los-secretos-del-mate-199924>
- 24 horas. 2012. "Más mate, más vida". 24 horas, noviembre 26. <https://www.24horas.cl/tendencias/salud-bienestar/consumo-de-hierba-mate-retrasa-el-envejecimiento-celular-406569>
- 24 horas. 2012. "¿Por qué el mate es tan popular en Chile?". 24 horas, noviembre 27. <https://www.24horas.cl/tendencias/salud-bienestar/por-que-el-mate-es-tan-popular-en-chile-408341>
- 24 horas. 2015. "Descubre los beneficios de consumir yerba mate". 24 horas, octubre 28. <https://www.24horas.cl/tendencias/salud-bienestar/descubre-los-beneficios-de-consumir-yerba-mate-1829270>
- BiobioChile*.
2012. Los 10 beneficios que los chilenos habíamos olvidado del consumo de la yerba mate. *BiobioChile*, febrero 5. <https://www.biobiochile.cl/noticias/2012/02/05/los-10-beneficios-que-los-chilenos-habiamos-olvidado-del-consumo-de-la-yerba-mate.shtml>

- El Mercurio*. 2017. “El mate conquista a los jóvenes chilenos”. *El Mercurio*, diciembre 9 de 2017. <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=424250>
- Facebook*. Página de Caá Yari Mate, agosto 28 de 2017. <https://www.facebook.com/caayarimate/photos/1426310394126508>
- Facebook*. Página de Club Mate Chile, noviembre 8 de 2019. <https://www.facebook.com/CLUBMATEChile/photos/2686031411435962>
- Facebook*. Página de Marley Coffee Chile, enero 10 de 2019. <https://www.facebook.com/MarleyCoffeeChile/photos/pcb.2512309672130978/2512303368798275/>
- Fans del mate*. “El mate se toma en Argentina, Uruguay, Paraguay, Brasil y ... también en Chile”. *Fans del mate*, consultado el 31 de octubre de 2020 <https://www.fansdelmate.com/habitos-y-costumbres/chilenos-tambien-toman-mate.html>
- La Tercera*. 2017. “Chile es el segundo país que más consume mate argentino”. *La Tercera*, agosto 21 de 2017. <https://www.latercera.com/noticia/chile-segundo-pais-del-mundo-mas-consume-mate-argentino/>
- Instagram*. Perfil de Del Sur Mate Bar. Enero 11 de 2019. <https://www.instagram.com/p/BsfjkPUnso4/?igshid=12wd6w3ngjghv>
- Todo Esta en el mate*. Consultado el 31 de octubre de 2020. <https://www.todoestaenelmate.cl/>
- Todo Esta en el mate*. “Expertos del mate”. <https://www.todoestaenelmate.cl/expertos-del-mate.html>
- Todo Esta en el mate*. “Beber: 10 lugares donde tomar un buen mate en Chile”. *Todo Esta en el Mate*, junio 22 de 2018. <https://www.todoestaenelmate.cl/blog-todo-esta-en-el-mate/june-22nd-2018>
- Twitter*. 2017. Perfil de Twitter de Yerba Mate Argentina, agosto 7 de 2017. <https://twitter.com/YerbaMateArg/status/89456096457775617?s=20>
- Yerba Mate Argentina*. 2017. “Cata de Yerba Mate Argentina en Chile”. julio 31 de 2017. <https://yerbamateargentina.org.ar/cata-de-yerba-mate-argentina-en-chile/>
- Yerba Mate Argentina*. 2017. “El mate conquista a los jóvenes chilenos”. Diciembre 14 de 2017. <https://yerbamateargentina.org.ar/el-mate-conquista-a-los-jovenes-chilenos/>
- Youtube*. “Taller de Yerba Mate Escuela de los Sentidos Chile”. Canal de Todo Esta en el Mate. Junio 15 de 2017. https://www.youtube.com/watch?v=aL9ZkedDQWo&feature=emb_title&ab_channel=TodoEstaEnElMate

Entrevistas

Entrevista 1: Entrevista realizada a hombre de edad entre 20-30 años, en su casa, ciudad de Santiago, 14 de junio 2019, 45 min, notas de campo.

Entrevista 2: Entrevista realizada a hombre de edad entre 50 y 60 años, en su lugar de trabajo, ciudad de Santiago, 5 de julio de 2019, 45 min, grabadora de voz.

Entrevista 3: Entrevista realizada a una mujer de edad entre 30 y 40 años, en su lugar de trabajo, ciudad de Santiago, 9 de julio de 2019, 38 min, grabadora de voz.

Entrevista 4: Entrevista realizada a un hombre de edad entre 50 y 60 años, en su casa, en la ciudad de Osorno, 12 de julio de 2019, 64 min, notas de campo.

Entrevista 5: Entrevista realizada a un hombre de edad entre 60 y 70 años, en su casa, en la ciudad de Castro, 13 de julio de 2019, 63 min, grabadora de audio.

Entrevista 6: Entrevista realizada a un hombre de edad entre 60 y 70 años, y a una mujer de edad entre 50 y 60 años, en su casa, en el sector rural Rucatayo, 16 de julio de 2019, 48 min, notas de campo.

Entrevista 7: Entrevista realizada a una mujer de edad entre 80 y 90 años, en su casa, en la ciudad de Osorno, 18 de julio de 2019, 35 min, grabadora de voz.

Entrevista 8: Entrevista realizada a un hombre de edad entre 80 y 90 años, en su casa, en la ciudad de Osorno, 19 de julio de 2019, 42 min, notas de campo.

Entrevista 9: Entrevista realizada a una mujer de edad entre 40 y 50, en su lugar de trabajo, en la ciudad de Santiago, 31 de julio de 2019, 32 min, grabadora de voz.

Entrevista 10: Entrevista realizada a un hombre de edad entre 40 y 50 años, en un café, en la ciudad de Santiago, 5 de agosto de 2019, 29 min, grabadora de voz.

Entrevista 11: Entrevista realizada a un hombre de edad entre 20 y 30 años, en Pontificia Universidad Católica de Chile, su lugar de estudio, 9 de octubre de 2019, 44 min, grabadora de voz.

Entrevista 12: Entrevista realizada a una mujer de edad entre 20 y 30 años, en casa de investigadora, en la ciudad de Santiago, 11 de octubre de 2019, 5 p. m., grabadora de voz.