

## **A INFLUÊNCIA DA CULTURA NOS HÁBITOS DE CONSUMO DE ERVA-MATE ENTRE UNIVERSITÁRIOS DO NORESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL<sup>1</sup>**

**Cléber Eduardo Graef<sup>2</sup>, Patricia Witczak<sup>3</sup>, Matheus Scherer<sup>4</sup>, Fernanda Mistura<sup>5</sup>, Rafael Leal<sup>6</sup>, Luciano Zamberlan<sup>7</sup>.**

<sup>1</sup> Projeto de Iniciação Científica PIBIC/UNIJUÍ.

<sup>2</sup> Bolsistas de Iniciação Científica – PIBIC/CNPq e graduando em Administração da UNIJUÍ

<sup>3</sup> Graduando em Administração da UNIJUÍ

<sup>4</sup> Graduando em Administração da UNIJUÍ

<sup>5</sup> Graduando em Administração da UNIJUÍ

<sup>6</sup> Graduando em Administração da UNIJUÍ

<sup>7</sup> Professor Mestre e Pesquisado do DACEC da UNIJUÍ.

### Introdução

A erva-mate tem uma grande influência na tradição e na cultura gaúcha. O chimarrão foi descoberto pelos índios, muito, mas muito antes de Cabral descobrir o Brasil, eles já consumiam a erva e conheciam suas propriedades e benefícios medicinais. A erva-mate se propagou de forma natural através da América do Sul pelos jesuítas, atingindo a região missioneira do Rio Grande do Sul e aqui se estabelecendo até hoje. Acompanhando todos os acontecimentos históricos, o chimarrão se difundiu em muitos lares gaúchos, tornando-se uma marca deste povo. A partir dele somos facilmente identificados dentro e fora do território gaúcho, basta ter uma cuia com erva em nossas mãos.

Segundo o Anuário Brasileiro da erva-mate (2000), para o gaúcho, tomar chimarrão é uma questão cultural, de preservação da própria identidade. Faça frio ou calor, independente de classe social ou raça, se estiverem reunidas duas ou mais pessoas, com certeza também haverá uma cuia de chimarrão que vai passar de mão em mão, enquanto a conversa rola solta, num símbolo de amizade e de manter vivas as tradições gaúchas, construindo-nos mais jovens a experiência das gerações que os precederam.

Este artigo tem como objetivo principal estudar os hábitos de consumo da erva-mate entre universitários no Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, tendo como foco de estudo revisão de bibliografias que contemplam o comportamento do consumidor, cultura no consumo da erva-mate e significado do simbolismo do consumo do chimarrão.

### Metodologia



**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XXI Seminário de Iniciação Científica

O objetivo desse estudo foi alcançado por meio da utilização da pesquisa exploratória e descritiva. Na etapa exploratória inicialmente foi desenvolvido uma revisão bibliográfica sobre os temas envolvidos no assunto em estudo, como, comportamento do consumidor, cultura no consumo da erva-mate e a o significado do simbolismo do consumo do chimarrão. Na etapa descritiva foi aplicado um questionário estruturado com questões fechadas, utilizou-se o método survey, o questionário foi baseado na caracterização do simbolismo do consumo do chimarrão, hábitos de consumo e decisões de compra (MALHOTRA, 2001).

A amostra foi não-probabilística por conveniência, onde os respondentes foram escolhidos pelos pesquisadores no ato da distribuição dos questionários nas salas de aula. Foram aplicados 190 questionários no mês de maio do ano de 2013, esses foram dados a uma amostra de acadêmicos de diversos cursos da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul destinado a captar informações específicas dos mesmos. Utilizou-se a escala de Likert que avaliaram a concordância e conta com cinco alternativas de resposta (COOPER; SCHINDLER 2003). Também forma utilizadas escalas nominais e ordinais, onde as nominais serviram de base para caracterizar a amostra e as ordinais para classificar as alternativas quanto ao grau de importância.

O estudo se caracteriza como transversal único, pois todas as medições foram feitas num único momento, primeiro definiu-se a questão a responder, depois a população a estudar e o método de escolha da amostra, e por último os fenômenos a estudar e os métodos de medição das variáveis de interesse. Segundo Malhotra (2001; p. 109), estudo transversal se caracteriza como “uma pesquisa que envolve a coleta de informações de uma dada amostra de elementos de população somente uma vez”. A tabulação dos dados foi realizada com o auxílio do software SPSS (Statistical Package the Social Scienses).

## Resultados e discussão

A escolha dos participantes da amostra ocorreu na Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, no Campus de Santa Rosa. Os foram distribuídos em tabelas de frequência, onde estão apresentados os percentuais das variáveis estudadas. Acadêmicos de diferentes cursos como Administração, Engenharia Civil e Psicologia participaram da pesquisa. A pesquisa teve um total de 190 respondentes. Desses 87 pessoas (46,5%) são do sexo masculino e 100 pessoas (53,5%) do sexo feminino, 3 não responderam. Por se tratar de um público universitário, a média de idades ficou em 24 anos, apenas 8 pessoas com idade superior a 40 anos. Do total dos respondentes 135 pessoas (72,2%) são solteiros(as), 50 pessoas casadas(os)/ união estável (26,7%) e 2 pessoas separadas(os) (1,1%).

Em relação a renda mensal, 82 pessoas afirmaram ter uma renda entre R\$ 1001,00 a R\$ 2500,00 reais (44,1%), 31 pessoas com renda até R\$ 1000,00 (32,3%), 22 pessoas (11,8%) com renda de R\$ 2501,00 a R\$ 4000,00 reais e também 22 pessoas (11,8%) com renda igual ou superior a R\$





**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XXI Seminário de Iniciação Científica

4001,00 reais. Das 186 pessoas que informaram o estado em que nasceram, apenas 2 pessoas (1,1%) são naturais do estado do Paraná, e 183 pessoas (98,9%) nascidas no estado do Rio Grande do Sul.

Na questão Simbolismo o ato de consumir chimarrão, para os entrevistados representa um sinônimo de tradicionalismo gaúcho, sendo que 91,6% dos mesmos concordaram com essa afirmação. O segundo símbolo com maior representatividade foi o de afirmação da personalidade gaúcha com 87% de concordância, em terceiro o símbolo de integração, com 82,79% de concordância, e em quarto, o símbolo de lazer e descanso, com 82,2% de concordância. Os símbolos que tiveram menor concordância quanto ao ato de consumo do chimarrão foi o de democracia com 62,4%, cumplicidade com 65,4% e solidariedade com 66%.

Referente aos hábitos de consumo do chimarrão, a média de idade em que os entrevistados iniciaram o consumo é de 15 anos. 156 respondentes (82,5%) afirmaram que o hábito pelo consumo do chimarrão foi adquirido em casa, junto de sua família, 20 respondentes (10,6%) afirmaram ter adquirido o hábito junto do seu trabalho. Quanto ao horário que costumam consumir o chimarrão diariamente, os horários que tiveram maior preferência foi primeiro o consumo de manhã cedo com 106 pessoas (56,7%), o segundo horário em que mais consome chimarrão foi no meio da manhã com 42 pessoas (28%), e o terceiro horário em que mais consome chimarrão foi ao entardecer com 36 pessoas (28,3%). Os locais onde habitualmente costumam consumir o chimarrão com maior frequência foi junto de casa, com afirmação de 112 pessoas (58,9%), o segundo lugar em que mais costumam consumir foi junto ao trabalho com 54 pessoas (28,4%) e também 8 pessoas (4,2%) afirmaram consumir na casa de amigos.

A marca de erva-mate mais lembrada pelos entrevistados quando questionados sobre a primeira marca que vinha a sua mente foi a marca Vier com 77 respostas (42,1%), Os entrevistados mostraram-se bem divididos quanto à fidelidade a marca que consomem, 92 pessoas (48,4%) afirmaram ser fieis a marca que consomem e 94 pessoas (49,5%) afirmaram trocar com frequência a marca de consumo. O tipo de erva-mate mais consumida pelos entrevistados é a erva-mate Tradicional com 67 respostas (36,2%), a segunda mais consumida é a erva-mate suave com 32 respostas (17,3%) e a terceira mais consumida pelos entrevistados é a erva-mate nativa com 29 respostas (15,7%).

## CONCLUSÕES

O estudo permite afirmar, a partir da análise dos questionários e contribuições dos diversos autores, que o consumo regular do chimarrão começa cedo, em torno dos 15 anos de idade, considerando a média de idade dos entrevistados que é de 24 anos, e que o hábito foi adquirido em casa, sob influência dos pais e familiares, o que reforça ainda mais a influencia da cultura nas famílias, e nos hábitos dos gaúchos.



**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico  
**Evento:** XXI Seminário de Iniciação Científica

Ainda, na pesquisa procurou-se identificar a simbologia do ato de tomar chimarrão, que tiveram maior representatividade os símbolos de tradicionalismo gaúcho, símbolo de afirmação da personalidade gaúcha e símbolo de integração. Ainda destaca-se que todas as simbologias apresentadas tiveram uma média de concordância acima de 60%, ou seja, todas exercem algum tipo de força sobre a cultura e os hábitos em relação ao consumo do chimarrão nos Gaúchos.

Palavras-chave: erva-mate, hábitos, consumo.

Referências Bibliográficas

ANUÁRIO BRASILEIRO DA ERVA-MATE. Gazeta Grupo de Comunicações. Santa Cruz do Sul, 2000.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

COOPER, Donald R; SCHINDLER, Pâmela S. Métodos de pesquisa em Administração. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

