

EL OBSERVATORIO

ESCENARIOS Y PRÁCTICAS DE LA ALIMENTACIÓN

MAROLIO



¿Cuándo surge esta publicidad?

Surge en el año 2020, en Argentina (hablando de la versión que se puede encontrar en el observatorio, porque en realidad cerca del 2001 surgen las primeras publicidades de Marolio).

¿Quién es el autor? Qué tipo de empresa la hace?

En este caso son dos los autores, Gustavo y Alejandro Ridilenir. Ambos son los compositores del hit de la publicidad de Marolio.

Gustavo y Alejandro Ridilenir tienen un chiste interno que cuentan cada vez que hablan del asunto. “El día que le toquemos el timbre a San Pedro y nos pregunte qué hicimos con nuestra vida, vamos a poder enumerarle la composición de la música de muchas obras de teatro, pero lo único que va a conocer es el jingle de Marolio”.

La compañía The Sound Studio, fundada por Osvaldo Botaya y dedicada a la producción de piezas publicitarias, fue la encargada de llevar a cabo la publicidad. Los hermanos Ridilenir eran la pata musical de la empresa y quienes recibieron el pedido de musicalizar esa suerte de “droga auditiva” en la que se terminó convirtiendo el jingle de Marolio.

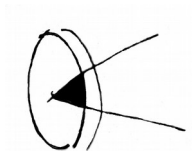
¿Cuál puede haber sido la necesidad de la creación de la publicidad?

Marolio empezó a lanzar muchísimos productos al mercado y estaba claro que la pieza tenía que contar eso. De hecho, la mitad de la canción está dedicada sencillamente a repasar el catálogo que va desde el mate hasta las lentejas.

¿Por qué es una publicidad que tuvo impacto a nivel cultural o de consumo?

Mate, café, harina y palmitos. Puede ser el inicio de una lista de supermercados, pero apenas se leen o escuchan esos productos y en ese mismo orden inmediatamente disparan una melodía difícil de olvidar. Marolio se convirtió en una de las marcas más populares del país y detrás de su jingle se esconde una empresa con más de 800 referencias en las góndolas.

Comenzó con el italiano Felipe Marvaso, quien supo ser candidato a presidente de Vélez, como una envasadora de aceite, sin embargo fue la familia Fera la que le dio un vuelco a la compañía. A su vez, ellos son los responsables creativos de los slogan, canciones y publicidades de sus etiquetas.



EL OBSERVATORIO

ESCENARIOS Y PRÁCTICAS DE LA ALIMENTACIÓN

Culturalmente, Marolio y sus publicidades dejan marcas difíciles de olvidar. ¿Quién no ha repetido más de una vez la melodía de la publicidad? Se ha convertido en poco tiempo en un bien en común para la sociedad Argentina.

¿A quién va dirigida la publicidad?

Principalmente a los consumidores de alimentos, y en este caso el abanico de opciones es muy amplio ya que Marolio cuenta con muchos productos en el mercado, desde yerba, vinagre hasta lentejas. Marolio apunta a llegar a toda la familia, no sólo a aquellos que cocinan, sino también a los que acompañan en la tarea diaria de preparar las diferentes comidas del día.