



---

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**SEMIÓTICA CÁTEDRA CARLÓN**

**COMISIÓN 23**

**TRABAJO PRÁCTICO**

**“NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN DISCURSIVA”**

---

**INTEGRANTES:**

**Amarilla Lara, Macrina Sol, Moratorio Candela, Niz Maia, Resi  
Adriana, Varela Lorena, Zaballa Mora**

## **I. Presentación del proyecto**

El presente trabajo tiene como objeto de análisis y desarrollo estratégico el caso comunicacional vinculado a la nueva adaptación live action del clásico “Blancanieves”, producida por Walt Disney Pictures en colaboración con Marc Platt Productions. Se trata de una propuesta cinematográfica que, desde su anuncio y promoción inicial, se ha visto atravesada por una intensa exposición mediática y por diversas controversias en torno a problemáticas actuales como la representación, la inclusión, la política identitaria y la recepción cultural.

En este contexto, el proyecto plantea un desafío comunicacional concreto: contribuir a la reconstrucción de imagen de una marca globalmente consolidada como Disney, cuyo prestigio se vio afectado por el tratamiento que los medios, las audiencias y diversos sectores de la opinión pública hicieron de esta producción.

A partir del análisis semiótico del caso y del relevamiento de su impacto en los medios, nuestro objetivo es reformular las estrategias de marketing y comunicación empleadas hasta el momento con el fin de mitigar el efecto de dichas controversias sobre la recepción del film. En este marco, se propone el diseño de una estrategia comunicacional específica para el mercado argentino, orientada especialmente al público familiar y a jóvenes consumidores del universo Disney.

Los objetivos específicos de esta propuesta apuntan a aumentar la convocatoria a las salas de cine, alcanzar o superar las expectativas de recaudación y visualizaciones, mejorar el desempeño comercial del film y reposicionar el producto dentro del mercado.

## **II. Línea de tiempo de la campaña de difusión de “Blancanieves”<sup>1</sup>**

### **2022**

9 de septiembre: Durante la D23 Expo 2022, un evento oficial de Disney dedicado a presentar novedades, avances y anuncios exclusivos sobre sus producciones, organizado por **D23**, el club de fans oficial de Disney, la compañía presentó un adelanto de 30 segundos y las primeras imágenes de la película, mostrando escenarios clave como la cabaña de Blancanieves y el castillo de la Reina Malvada. [OBJ]

### **2023**

---

<sup>1</sup> Presentación de corpus:

<https://docs.google.com/presentation/d/1yt74xKFsOnRUxnTaAjtSCimcRXS1AhXSvNljdrSHA/edit?usp=sharing>

27 de octubre: Disney reveló la primera imagen oficial de Rachel Zegler como Blancanieves junto a los siete enanitos, generando expectativas sobre el uso de CGI en la película (Stenzel, 2023; HT Entertainment Desk, 2023). [OBJ]

## 2024

4 de diciembre: Se lanzó un nuevo tráiler y póster de la película, destacando a los entrañables personajes y presentando un adelanto de la canción original “Waiting on a Wish”. [OBJ]

23 de diciembre: Disney publicó otro tráiler internacional, profundizando en los orígenes de Blancanieves y mostrando más detalles de la historia.

## 2025

- 4 de marzo: Se lanzó la canción “Waiting on a Wish” como sencillo principal del álbum de la película, interpretada por Rachel Zegler. [OBJ]

- 12 de marzo: Disney celebró el preestreno europeo en el Alcázar de Segovia, España, lugar que inspiró el castillo de la película animada original. Rachel Zegler interpretó en vivo “Waiting on a Wish” durante el evento.

- 14 de marzo: Se lanzó la banda sonora oficial de la película, incluyendo las nuevas canciones compuestas por Benj Pasek y Justin Paul. [OBJ]

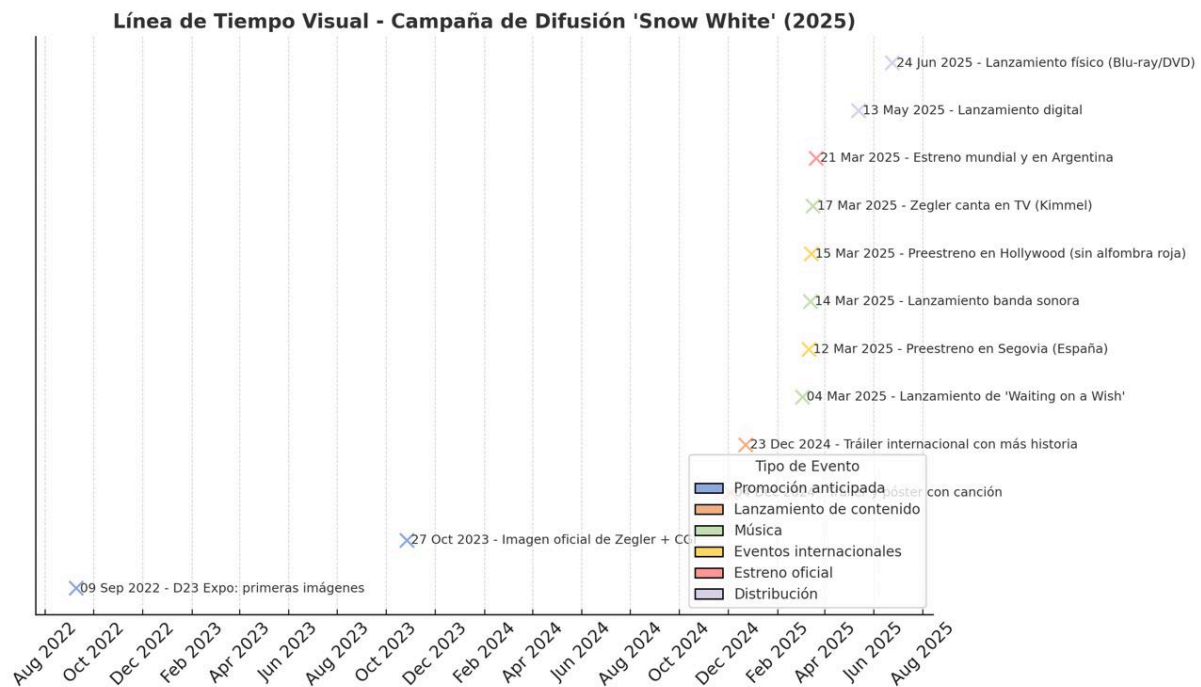
- 15 de marzo: Se realizó el preestreno en Hollywood en el El Capitan Theatre, aunque sin la tradicional alfombra roja debido a controversias en torno a las opiniones políticas de las protagonistas (RPP Noticias, 2025). [OBJ]

- 17 de marzo: Rachel Zegler presentó en el programa Jimmy Kimmel Live! la primera interpretación en televisión de “Waiting on a Wish”. [OBJ]

- 21 de marzo: Estreno oficial de la película en cines a nivel mundial, incluyendo Argentina, con proyecciones en formatos IMAX, Dolby Cinema, 4DX, ScreenX y D-BOX.

- 13 de mayo: Lanzamiento de la película en formato digital para descarga. [OBJ]

- 24 de junio: Disponibilidad de la película en formatos físicos: Ultra HD Blu-ray, Blu-ray y DVD, incluyendo escenas eliminadas y contenido adicional (Parents, 2025; Decider, 2025).



## II.I Línea de tiempo de campañas publicitarias en Argentina

- 10 de marzo de 2025: Canal 9 Televida – Concurso para función especial en Mendoza

El canal mendocino lanzó un concurso para asistir a una función exclusiva de Blancanieves en el Cinemacenter de La Barraca, programada para el 19 de marzo. La iniciativa incluyó un formulario de inscripción para participar en el sorteo de entradas.

- 9 de marzo de 2025 - Esquel: Estreno simultáneo con funciones especiales

La ciudad de Esquel fue parte del estreno simultáneo de la película, con funciones programadas desde el 20 de marzo en horarios especiales. La venta de entradas comenzó el mismo día del estreno.

- 20 de marzo de 2025 - Rosario – Incorporación a la cartelera local

Blancanieves se sumó a la cartelera de los cines rosarinos, siendo uno de los estrenos más destacados de la semana (Punto Biz, 2025).

- 20 de marzo de 2025 - Evento especial en Betular Patisserie, Villa Devoto (CABA)

Para celebrar el estreno de la película, se organizó una merienda temática en la pastelería de Damián Betular. Asistieron personalidades como Dalma Maradona, Claudia Villafañe, Camila Homs, Candela Ruggeri y Valentina Cervantes, quienes disfrutaron de una experiencia inmersiva con postres inspirados en el universo de Blancanieves. [OBJ]

- 14 al 30 de marzo de 2025 - Lanzamiento de la colección “Blancanieves x Betular”

Damián Betular presentó una línea de productos de pastelería inspirados en la película, disponibles por tiempo limitado en su local de Villa Devoto (Betular Patisserie, 2025). La colección incluyó:

- Manzana Roja: postre de crema de vainilla y frambuesa.
- Cookie de pistacho.
- Moño de hojaldre.
- Trago temático.

Los precios de toda la línea de productos comenzaban a partir de \$10000 pesos.

### **III. Descripción del proyecto<sup>2</sup>**

Planteamos la organización de la experiencia “Secret Poison Garden” en el Jardín Botánico de Palermo, Buenos Aires, con temática de Blancanieves; tanto en colores, plantas, actividades, fotografía, escenografía, comida y vestuario por parte del staff contratado. El evento contaría con la participación de influencers argentinos con el objetivo de aumentar su difusión.

#### **Desarrollo del evento**

- Inicio

El jardín abrirá sus puertas al público el viernes 5 de abril a las 17.00 horas, con una ambientación orientada al bosque y ciudad de la película promocionada. Además, permanecerá abierto hasta el domingo 13 de abril, inclusive. La entrada estará disponible para todo el público a través de la boletería.

- Desarrollo

Las diferentes actividades sucederán simultáneamente, mientras que los influencers (tanto los presentadores, como los encargados de cada stand), estarán grabando, sacando fotos y posteando en redes sociales el desarrollo del evento, e invitando a más gente a que participe.

- Cierre

El evento concluirá a las 23.30 horas, con un video mapping de una manzana envenenada (instalación escenográfica con luces) de la película en el jardín y con la sorpresa de que pueden ver en el salón principal el tráiler de la película,

---

<sup>2</sup> Propuesta de proyecto

[https://docs.google.com/presentation/d/1IKS8CAVAo6jrRQuYAaV3IM7ARi5OtVrETUDn\\_dIZpW8/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/presentation/d/1IKS8CAVAo6jrRQuYAaV3IM7ARi5OtVrETUDn_dIZpW8/edit?usp=sharing)

complementado con balde de pochoclos y vaso temático que podrán llevarse junto con descuento en la entrada oficial del cine.

#### **IV. Fases**

##### **Fase 1: Influencers y expectativa**

###### Influencers y expectativa en redes sociales

La propuesta es contactar influencers argentinos con gran alcance y base fanática amplia. Candelaria Molfese (actriz, cantante e instagramer) y Lionel Ferro (actor, cantante e instagramer) como principales y cabeceras del proyecto, con la adhesión de Stephanie Demner (instagramer), Candelaria Ruggeri (instagramer), Juli Poggio (bailarina, actriz e influencer), Juli Castro (bailarina, actriz e influencer), Fer Dente (actor, influencer e instagramer), Valentina Cervantes (instagramer e influencer) y Mora Bianchi (youtuber, actriz e instagramer).

El viernes 28 de marzo, cada uno publicará una historia en instagram con fondo negro y un emoji de manzana en el medio, sin brindar más información. El objetivo es que sus seguidores vean la historia con confusión y curiosidad por saber qué significa, lo que haría que encuentren las historias de los demás influencers, y así, intentarían comprender de qué se trata: si es un nuevo proyecto entre todos, una colaboración, etcétera. Un gran número de personas inferiría que la iniciativa podría estar relacionada con el próximo estreno de la nueva película de Blancanieves, lo que fomentaría la indagación y el debate en torno al film en sí.

##### **Subfase 1: Pantalla en la vía pública**

El sábado 29 de marzo, en una pantalla afuera del jardín, la propuesta es que aparezca una manzana con fondo negro, tal como en las historias de los influencers, y esta vez con más información. La leyenda “Secret Poison Garden. Muy pronto” se proyectará después de eso por varios segundos.

##### **Fase 2: Nueva teorización y pasaje a los medios masivos**

Proyectamos que la discusión en redes genere que los medios masivos tomen el suceso como una noticia de espectáculo y expongan tanto las historias subidas, como la proyección y varios comentarios en redes sociales opinando sobre el tema.

### **Fase 3: Promoción específica en la vía pública**

#### Influencers reaccionan a un espejo mágico

Los influencers antes mencionados (Candelaria Molfese, Lionel Ferro, Stephanie Demner, Candelaria Ruggeri, Fer Dente, Valentina Cervantes, Juli Poggio, Juli Castro, Mora Bianchi) subirán como publicación a sus perfiles de Instagram y TikTok un video probando un espejo mágico digital que ya está instalado en varios sitios de la ciudad, dando la primicia e invitando a sus seguidores a hacer lo mismo.

#### **Subfase 1: Apertura al público**

El domingo 30 de marzo el espejo mágico estará disponible al público en diferentes partes de Buenos Aires: Plaza de la Glorieta Belgrano, plaza de la flor Recoleta, el Obelisco, espejos de los baños de los shoppings. En este, cualquier persona podría acercarse y al decir: “Espejito, espejito”, aparecerá un QR para escanear que llevará al usuario a la página web oficial del Secret Garden<sup>3</sup>.

#### Invitación por parte de influencers

El lunes 31 de marzo, los influencers subirán un video mostrando que les llegó una invitación en un sobre rojo, con una carta dorada, en donde se especifica que el “Secret Poison Garden” en el Jardín Botánico se haría muy pronto como presentación de la nueva película *Blancanieves*. En el video publicado darán información sobre las entradas, las actividades, las sorpresas y los invitados especiales.

#### Publicidad oficial

Carteles con fecha, horario y detalles tanto en el Instagram del Jardín Botánico<sup>4</sup>, como en el propio jardín.

### **Fase 4: Vuelta a medios masivos**

El mismo lunes y hasta el martes 1 de abril, los medios masivos abordarían el furor del espejo mágico y la nueva información oficial con la página web del Secret Garden, confirmando que evidentemente estaría por hacerse un evento importante con temática de *Blancanieves*.

### **Fase 5: Demostración por redes sociales y presentación de las actividades**

Las páginas oficiales de Disney LA y Secret Garden publicarán videos en Instagram y TikTok, de la mano de Candelaria Molfese y Lionel Ferro, en donde se mostrará cómo se

---

<sup>3</sup> <https://www.secretgardenexperience.com/>

<sup>4</sup> <https://www.instagram.com/buenosairesjardin/?hl=es>

arma el jardín para el evento. Presuponemos que esto generaría expectativa y discusión mediática en internet, lo que llevaría a las personas tanto a participar del evento, como a comprar entradas para ver la película en el cine.

### Actividades

Proponemos que se suba un itinerario a la página web y al Instagram del Jardín Botánico con las actividades propuestas y especificando qué influencer estará a cargo de cada una de ellas.

- Candelaria Molfese y Lionel Ferro: presentadores oficiales.
- Stephanie Demner: Stand de Enanito Estornudo (merchandising tanto del jardín como de la película).
- Candela Ruggeri: Stand de Enanito Tímido (foto con Blancanieves).
- Juli Poggio: Stand de Enanito Feliz (maquillaje y vestuario).
- Fer Dente: Stand de Enanito Doc (fotografía y video 360 ambientado).
- Juli Castro: Stand de Enanito Tontín (comida temática).
- Valentina Cervantes: Stand de Enanito Dormilón (interacción con el espejo mágico).
- Mora Bianchi: Stand de Enanito Gruñón (souvenirs sorpresas).

### **Fase 6: Presentación oficial en los medios masivos**

Los medios masivos cubrirían el evento: de qué se trata y qué actividades incluye. Esta repercusión se vería reflejada en medios televisivos, principalmente canales de noticias -como TN, El Trece, Telefe-. Además, el proyecto se publicitaría por el canal oficial de Disney Channel y Disney Junior.

Prevemos que los analistas abordarán el tema de manera positiva y negativa: en el caso de los canales de noticias, además de explicar y abordar la noticia del Secret Garden, hablarían de la polémica que la película generó alrededor de la elección de los actores y sus declaraciones y reiterarían la poca venta de entradas; otro análisis podría destacar la estrategia publicitaria, con una proyección de aumento de entradas vendidas para la película. En el caso de los canales de Disney, aparecería una publicidad anunciando el día, la hora, el lugar, los influencers y las sorpresas respecto al evento para atrapar a la audiencia.

### **Fase 7: Proyecto desarrollado y repercusión**

#### Redes sociales



Al día siguiente de la inauguración del evento, suponemos un gran número de repercusiones en redes sociales, con videos, fotos y comentarios de lo que fue el evento, con opiniones diversas. Los influencers, de igual manera, subirán contenido relacionado al evento.

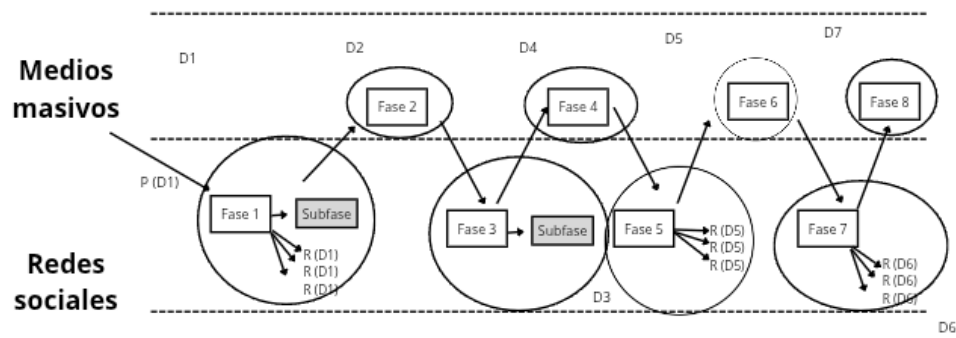
Pronosticamos posibles repercusiones negativas por parte de ciertos colectivos de fanáticos de Disney, haciendo referencia a las declaraciones controversiales del elenco y a la polémica generada en torno a la película. Sin embargo, con este proyecto esperamos que la discusión mediática no esté únicamente asociada a las críticas negativas, sino lograr atraer a más espectadores.

### **Fase 8: Medios masivos**

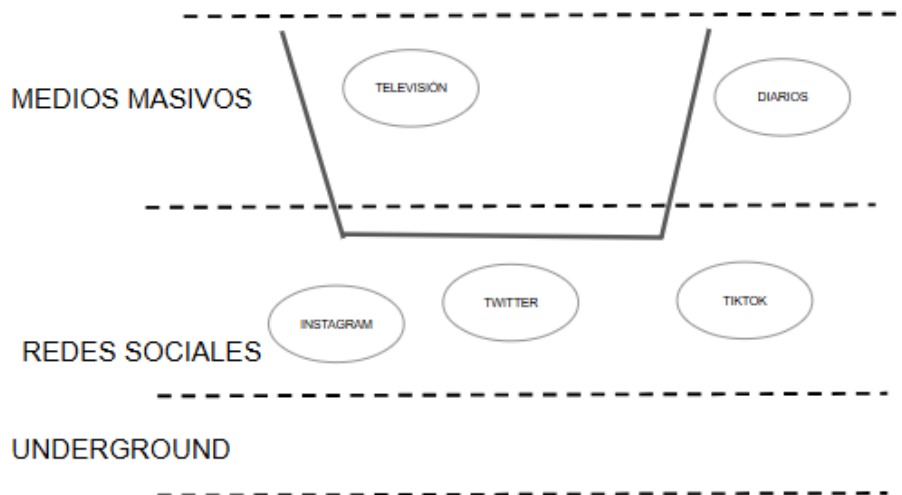
Los medios masivos volverían a tomar la noticia del evento en la sección de espectáculos, exponiendo y explicando lo que habría sido el evento y cómo lo vivió el público.

Abordarían el tema principalmente en la televisión, Radio Disney y medios gráficos como La Nación. Contextualizarían de nuevo con la polémica previa al estreno de la película y hablarían del éxito que ha sido el Secret Garden al haber vendido muchas entradas al evento y teorizarían sobre su impacto en las ventas de entradas al cine.

En Disney Channel y Disney Junior se pasarían fragmentos filmados del evento para seguir promocionando que más gente asista.



## 2. GRÁFICO



## V. Conclusión

El objetivo principal de este trabajo fue ampliar la convocatoria de la película *Blancanieves* en su versión *live action*, que, a pesar de pertenecer al universo clásico de Disney, no logró el impacto esperado en su estreno.

Nuestra propuesta partió de la necesidad de reconectar la película con su público potencial, mediante estrategias visuales y comunicacionales que la vuelvan más atractiva, actual y significativa.

Para eso diseñamos piezas gráficas con una estética cuidada, que combinan imagen y texto, colores vinculados al mundo de los cuentos y tipografías modernas. Incorporamos frases y referencias a los personajes para resignificar la historia desde una mirada contemporánea.

La campaña está pensada para atraer tanto a quienes crecieron con el cuento clásico como a nuevas generaciones, usando la comunicación visual como herramienta principal para generar conexión emocional. Buscamos una estrategia que combine nostalgia y novedad para darle una segunda oportunidad a la película.

## Referencias

Carlón, M. (2016). Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón. En *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada* (pp. 65–95). NEU.

Carlón, M. (2022). ¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido en la mediatización contemporánea? *deSignis*, 37, 245–253.

Stenzel, W. (2023, octubre 27). *See first look at Rachel Zegler as Snow White and Disney's new 7 dwarfs*. Entertainment Weekly.

<https://ew.com/movies/rachel-zegler-disney-snow-white-and-seven-dwarfs-first-look/>

HT Entertainment Desk. (2023, octubre 28). *Snow White first look: Rachel Zegler poses with seven CGI dwarfs in Disney's live-action adaptation*. Hindustan Times.

<https://www.hindustantimes.com/entertainment/hollywood/snow-white-first-look-rachel-zegler-seven-dwarfs-gal-gadot-disney-live-action-adaptation-101698482791589.html>

Entertainment Weekly. (2024, diciembre 4). *Snow White live-action trailer introduces original song “Waiting on a Wish”*. <https://ew.com>

Playbill. (2025, marzo). *Hear Rachel Zegler perform “Waiting on a Wish” from Disney’s live-action Snow White*. Playbill.

<https://playbill.com/article/video-hear-rachel-zegler-perform-waiting-on-a-wish-from-disneys-live-action-snow-white>

Alcázar de Segovia. (2025, marzo 13). *Blancanieves en el Alcázar de Segovia: El castillo que inspiró a Disney*. Alcázar de Segovia.

<https://www.alcazardesegovia.com/news/blancanieves-en-el-alcazar-de-segovia-el-castillo-que-inspiro-a-disney.html>

Film Music Reporter. (2025, marzo 13). *‘Snow White’ soundtrack album details*. Film Music Reporter.

<https://filmmusicreporter.com/2025/03/13/disneys-snow-white-soundtrack-album-details/>

RPP Noticias. (2025, marzo 12). *Blanca Nieves: Disney reduce la alfombra roja de la premiere en Hollywood en medio de polémicas*. RPP Noticias.

<https://rpp.pe/cine/internacional/blanca-nieves-disney-reduce-la-alfombra-roja-de-la-premiere-en-hollywood-en-medio-de-polemicas-noticia-1621569>

Jimmy Kimmel Live. (2025, marzo 17). *Rachel Zegler – Waiting on a Wish (From “Snow White”)* | Disney+ [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NHENrdtm8zw>

Parents Staff. (2025, mayo 7). *Disney’s ‘Snow White’ gets a digital release packed with plenty of magic for families*. Parents.

<https://www.parents.com/disney-s-snow-white-gets-magical-digital-release-11729817/>

Decider Staff. (2025, mayo 12). *‘Snow White’ comes to digital, but when will the 2025 ‘Snow White’ movie be streaming on Disney+?* Decider.

<https://decider.com/2025/05/12/new-snow-white-2025-movie-streaming-disney-plus-release-date-digital-release/>

Red43. (2025, marzo 19). *Esquel será parte del estreno simultáneo de Blancanieves Live Action*. Red43.

<https://www.red43.com.ar/nota/2025-3-19-12-29-34-esquel-sera-parte-del-estreno-simultaneo-de-blancanieves-live-action>

Punto Biz. (2025, marzo 20). *Los títulos que renuevan la cartelera de los cines rosarinos*. Punto Biz.

<https://puntobiz.com.ar/actualidad/los-titulos-que-renuevan-la-cartelera-de-los-cines-rosarinos--202532012110>

Disney Latino. (2025, marzo 20). *Un encuentro muy especial en Betular Patisserie para celebrar el estreno de Blanca Nieves*. Disney Latino.

<https://prensa.disneylatino.com/novedades/un-encuentro-muy-especial-en-betular-patisserie-para-celebrar-el-estreno-de-blanca-nieves>

Betular Patisserie. (2025, 14 de marzo). *Blancanieves x Betular* [Reel]. Instagram.

[https://www.instagram.com/betular.patisserie/reel/DHZHskWych1/?locale=es\\_US](https://www.instagram.com/betular.patisserie/reel/DHZHskWych1/?locale=es_US)