

# Imagina a lo grande

## Contextualización

Preguntar, y sobre todo hacerse preguntas, es uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de una actitud crítica, porque nos invita a mirar más allá de lo evidente y a cuestionar incluso nuestras propias creencias. Autores como Paulo Freire, en *Pedagogía del oprimido* (1970) y en *Pedagogía de la esperanza* (1996), subrayan que la pedagogía crítica nace del diálogo y del cuestionamiento constante. Sin embargo, invitar a los estudiantes a que se hagan preguntas sobre distintos temas no siempre resulta sencillo, ya que suelen estar más acostumbrados a responder a las preguntas del profesor que a plantearse interrogantes propios. Esta actividad propone una breve secuencia para analizar la publicidad, cuestionar sus mensajes y reflexionar sobre las causas y consecuencias de ciertas campañas.

## Nivel

B1 en adelante

## Duración la secuencia

30 minutos

## Objetivos

- Cuestionar el discurso publicitario.
- Analizar las causas y consecuencias del discurso publicitario.

## Contenido

Léxico: eslogan, campaña publicitaria, publicidad, préstamo, cumplir sueños, riesgos, obligaciones, interés, condiciones de pago, público objetivo, ahorro y cooperación.

## Lemas relacionados

(por determinar)

## Destreza predominante

Interacción oral

## Referencias bibliográficas

- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores.
- Freire, P. (1996). *Pedagogía de la autonomía: Saberes necesarios para la práctica educativa*. Siglo XXI Editores.

## Recursos

(por determinar)

## Procedimiento

1. Escriba en la pizarra el eslogan de la campaña a publicitaria (“Imagina a lo grande”), y explique a sus estudiantes que pertenece a una campaña de publicidad real. En gran grupo, pídale que formulen hipótesis acerca del tipo de producto que se está promocionando.

PRÉSTAMOS IMAGINA

Imagina a lo **GRANDE**

Este verano solicita hasta **60.000 €**  
con nuestros PRÉSTAMOS IMAGINA  
y haz realidad lo que de verdad importa

Simúlalo aquí

Tu casa, ese coche que necesitas, el viaje que llevas soñando...  
Lo que importa está a un paso de hacerse realidad.

Ahora es el momento  
Elige importe y plazo  
Y utilízalo para lo que tú quieras

Lo quiero

2. Indíqueles que ese eslogan pertenece a una campaña publicitaria de un banco que ofrecía préstamos para “cumplir tus sueños”. Pídale que lean el anuncio, que presten atención a todos los detalles y que, en parejas, cuestionen la información que se presenta. Los estudiantes pueden formular preguntas de este tipo: *¿Por qué el anuncio relaciona “cumplir tus sueños” con el dinero? ¿Qué otras necesidades o sueños no aparecen en la publicidad? ¿Qué riesgos u obligaciones del préstamo se silencian? ¿Por qué no se menciona el interés del préstamo o las condiciones de pago? ¿A quién se dirige realmente este anuncio? ¿A quién no va dirigida esta campaña?*
3. Si observa que la mayor parte de las preguntas formuladas por sus estudiantes se centran en lo que se ve, en lo que se menciona en el anuncio de forma explícita, invítelos a pensar en aquello que no se dice de forma explícita y que formulen preguntas desde esta

perspectiva. Luego, haga una puesta en común. Esta actividad les permitirá observar aquello que se silencia, la perspectiva desde la que se ha creado y aquellas que han sido excluidas.

4. Pida a los estudiantes que observen el anuncio y subrayen las frases e imágenes cargadas de ideología (ej. “haz realidad lo que de verdad importa”, “ahora es el momento”, “cumplir tus sueños”). Luego, haga una puesta en común.
5. Para finalizar, dígasles a sus estudiantes que, en parejas o pequeños grupos, van a reformular el anuncio desde una perspectiva diferente. Algunas posibilidades pueden ser: una perspectiva irónica (mostrar los riesgos de endeudarse, “Imagina tus deudas creciendo”), una perspectiva social (resaltar otras formas de “cumplir sueños” sin consumo, como la amistad, la cultura, la comunidad) o una perspectiva alternativa (en lugar de préstamos, proponer ahorro, cooperación o economía solidaria).
6. Luego, haga una puesta en común donde cada grupo presenta su reescritura. Puede ser solo el texto, un nuevo eslogan o incluso un boceto visual.

Citar como: González-Lozano, Javier, García-Romeu, Juan, Márquez Guzmán, Daniel y Čičmanec, Róbert (2025) *Manual de actividades para el desarrollo de la actitud crítica*. <https://criterion-ele.com/manual-de-actividades/>



**Co-funded by  
the European Union**

[www.linkedin.com/company/criterion-ele](http://www.linkedin.com/company/criterion-ele)

La creación de estos recursos ha sido financiada (parcialmente) por el programa de subvenciones ERASMUS+ de la Unión Europea con el nº de subvención 2022-1-DE01-KA220-HED-000085767. Ni la Comisión Europea ni la agencia nacional de financiación del proyecto, el DAAD, son responsables de su contenido ni de las pérdidas o daños derivados del uso de estos recursos.