

Ressources Langues vivantes dans la série STHR Espagnol

NOTION DU PROGRAMME D'ENSEIGNEMENT DE LANGUES VIVANTES DES SÉRIES GÉNÉRALES ET TECHNOLOGIQUES CHOISIE :

Espaces et échanges

EXEMPLES DE CROISEMENT :

Architecture de l'utopie – l'hôtel de demain (espaces intérieurs et extérieurs)

SÉQUENCE PROPOSÉE : L'HÔTEL DE DEMAIN D'UN SIÈCLE À L'AUTRE

À travers l'architecture et son évolution, c'est l'histoire des hommes et de leur vision de la société qui s'exprime. Elle diffère selon la zone géographique, le/les concepteurs, le public auquel elle s'adresse, l'époque à laquelle elle a été conçue, etc.

L'hôtel peut se percevoir à la fois comme un espace ouvert sur l'extérieur, et à ce titre lieu d'échange, et comme un espace autonome. Il facilite les rencontres entre voyageurs ou entre les voyageurs et leurs contacts, mais il est aussi lieu d'hébergement et de repos, occasion de s'isoler et de bénéficier d'un certain nombre de services. Ces deux rôles trouvent à s'exprimer dans l'implantation de l'hôtel, dans l'organisation de ses espaces intérieurs et extérieurs, et à travers les éléments de style architectural, la décoration, le mobilier, les équipements, les espaces verts.

L'hôtel comme « architecture de l'utopie » mobilise ces éléments pour donner corps à un idéal. C'est d'abord un projet qui naît dans un ou plusieurs cerveaux, et qui va à sa manière unique organiser l'espace extérieur et intérieur selon une certaine vision de la sociabilité, même si l'intérêt commercial demeure au cœur de maints projets.

Comment a-t-on conçu « l'hôtel de demain » au début du XX^e siècle ? Comment la représentation d'un « hôtel de demain » a-t-elle traversé les décennies jusqu'à nos jours ? Comment et dans quelle mesure l'hôtel a-t-il pris en compte les réalités et les aspirations de la société d'hier, d'aujourd'hui et de demain ?

La situation géographique de l'Espagne l'invite à développer le tourisme et les structures hôtelières. La séquence proposée cherche à montrer l'évolution de la conception d'un espace au service d'une clientèle, l'hôtel, au fil d'un siècle. On se penchera principalement sur la chaîne d'hôtels emblématique des *paradores*, souvent lieux d'exception (monuments historiques, etc.) dans des espaces d'exception (villes, paysages, etc.).

Lignes directrices de la séquence proposée

Cette séquence s'articule autour de trois thématiques :

- l'hôtel, reflet de la société et de ses aspirations ;
- l'hôtel rêvé à travers les époques ;
- le *parador* au fil des décennies.

À travers la progression et les documents proposés, les élèves seront amenés à appréhender l'hôtel autrement que sous un angle strictement fonctionnel. Autour du thème de l'avenir, ils découvrent les représentations sociales qui s'y expriment.

- Objectifs culturels :
 - le concept de *indiano* ;
 - l'architecture moderniste de Lluís Domènech y Montaner (contemporain d'Antonio Gaudí et presque aussi influent que lui) ;
 - le roi Alfonso XIII et ses idées pour le développement touristique de l'Espagne ;
 - les *paradores*.
- Objectifs linguistiques :
 - champs lexicaux : l'hôtel, l'architecture, la construction, les matériaux, l'esthétique, etc. ;
 - les temps du passé et le futur ;
 - les connecteurs temporels ;
 - les verbes à régime prépositionnel ;
 - la comparaison ;
 - l'expression du souhait et de l'obligation (subjonctif).
- Objectifs pragmatiques :
 - rendre compte de faits, d'événements ;
 - écouter et dialoguer en prenant en compte les idées de chacun ;
 - prendre la parole devant un auditoire pour expliquer un projet et argumenter pour convaincre ;
 - synthétiser à l'écrit des informations issues de sources diverses et formuler un avis critique ;
 - développer une argumentation orale claire et nuancée avec un enchaînement logique.
- Objectifs méthodologiques :
 - relever, hiérarchiser et classer les informations ;
 - organiser ses idées pour argumenter ;
 - être capable de comprendre un document en langue courante (vidéo, texte, etc.) ;
 - décrire, analyser et commenter de façon claire et détaillée un document multimédia/iconographique.

Présentation des étapes

Étape 1 – 1903 : création et échec du premier hôtel de luxe en Espagne

La séquence pourra être introduite par un article de revue spécialisée et des documents iconographiques (photographies, affiche publicitaire, cartes postales de l'époque) sur le *Grand Hotel* de Palma de Majorque, construit à l'initiative d'un chef d'entreprise majorquin ayant fait fortune en Uruguay, l'*indiano* Joan Palmer Miralles qui, de retour sur son île natale, cherche à investir son argent.

Les élèves découvriront les conditions dans lesquelles a germé l'idée d'hôtel de luxe en Espagne au début du XX^e siècle. Ils seront amenés à réfléchir au rôle joué par le contexte historique et économique. En 1898, l'Espagne perdait en effet ses dernières colonies (Porto Rico, les Philippines, Cuba) et l'île de Majorque, contrainte de réorienter son activité commerciale, chercha à développer de nouvelles sources de revenu. Un courant insulaire, porté par les médias de l'époque, plaida pour le développement de l'hôtellerie de luxe, alors qu'il n'existait à l'époque que de petites auberges qui, aux

dières des journalistes, ne pouvaient satisfaire une riche clientèle européenne qui fréquentait déjà les palaces de la Côte d'Azur.

On mettra en évidence les différentes étapes du projet du *Grand Hotel* :

- a) naissance du projet : facteurs externes propices à sa réalisation ;
- b) réalisation : conception et décoration modernistes dues aux meilleurs spécialistes espagnols (peintres et architecte), équipements et prestations à la pointe du progrès (ascenseur électrique et eau courante), espaces à vivre novateurs et luxueux, personnel qualifié recruté en dehors de l'île, investissements, entre-soi social ;
- c) l'échec et ses raisons : isolement de l'île, isolement de l'hôtel dans le tissu social et culturel local, offre inadaptée à la demande ;
- d) les ajustements : la prise en compte de l'environnement extérieur (proposition par l'hôtel d'excursions, de promenades en calèche, prise en charge du client dès son départ en bateau de Barcelone ou d'un autre port d'Europe, etc.).

Exemples de supports

- Joan Carles Cirer Costa, « *De cuando el paquete turístico constituía un elemento de innovación turística* », Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural , vol. 7 n°3, 2009, (voir en particulier pp. p. 409-412) ;
- recherche par mots clés : « *fotos antiguas de Mallorca Grand hotel Palma* » ;
- pour aller plus loin, exemple du premier hôtel de luxe à Madrid : recherche par mots clés « *hotel Ritz Madrid historia* ».

Activités langagières travaillées et entraînements proposés : EOI, CE, EE

Entraînement à l'**expression orale en interaction** : dans une phase d'anticipation, on peut présenter aux élèves une photographie actuelle du bâtiment du *Grand Hotel* et les inviter à émettre des hypothèses sur sa fonction. Rapidement, on les aide à l'identifier en projetant des photographies de grands hôtels de luxe modernes de l'île. Un plan de la ville, éventuellement une carte de l'île, permet de mettre en évidence les différences d'implantation, en centre historique pour le *Grand Hotel*, en bord de mer pour beaucoup d'autres, et d'en déduire une évolution dans les attentes de la clientèle. Cela constitue un point d'entrée pour une réflexion sur le projet de création du *Grand Hotel* qu'illustre l'article de revue spécialisée.

Entraînement à la **compréhension écrite** : les élèves relèvent dans l'article les éléments les plus pertinents de la biographie de Joan Palmer Miralles, entrepreneur *indiano* à l'origine du projet, identifient les facteurs conjoncturels de la genèse du projet et les raisons de son échec. Ils peuvent également dresser la liste des caractéristiques du *Grand Hotel* qui en faisaient un établissement innovant.

Entraînement à l'**expression orale en interaction** : à partir d'une question (« Pourquoi le projet du *Grand Hotel* a-t-il été un échec ? »), les élèves mettent en lumière le décalage entre les éléments sur lesquels le projet avait misé (architecture moderne, aménagements luxueux, espaces de convivialité pour personnes de la même classe sociale) et les attentes effectives de la clientèle (tourisme et vie mondaine hors de l'hôtel).

Entraînement à l'**expression écrite** : pour synthétiser les acquis linguistiques et culturels de cette étape, on peut envisager la rédaction collective d'une trace écrite. À partir de l'article étudié et de documents iconographiques publicitaires de l'époque (carte postale du bâtiment comprenant une description des prestations proposées ; affiche publicitaire présentant l'hôtel dans son environnement), les élèves résument les grandes étapes de l'histoire du *Grand Hotel*. L'utilisation du

traitement de texte en vidéo-projection confère une grande souplesse pour solliciter les élèves et construire puis enrichir avec eux les énoncés.

Étape 2 : la naissance des *paradores* (1928)

À partir d'un article illustré de photographies mis en ligne par la chaîne hôtelière à l'occasion du 85e anniversaire de sa création, les élèves seront amenés à découvrir un concept et une histoire propres à l'Espagne.

Dans un premier temps, une description et une analyse des différentes photographies permet de mettre en lumière le rôle de l'autorité publique dans la genèse des *paradores* (monarque entouré de membres du gouvernement) et de commencer à dégager une typologie de ces hôtels (Gredos, Nerja, Saint Jacques de Compostelle).

Dans un deuxième temps, la lecture de l'article donne accès au contexte dans lequel est né et s'est développé au fil de multiples étapes ce concept novateur. Un repérage des dates et événements évoqués, depuis 1910 jusqu'à 1991, fournit le moyen de mettre en regard des jalons de l'histoire nationale et de l'évolution du tourisme et des *paradores*. Devrait apparaître clairement le rôle du gouvernement espagnol, qui créa l'équivalent d'un ministère du tourisme dès 1911, puis une commission des *paradores* et de l'hôtellerie en 1928, dont la mission était de rechercher d'une part des bâtiments d'intérêt patrimonial et d'autre part des sites remarquables susceptibles d'accueillir des hôtels de prestige.

Exemples de supports

- site officiel de la chaîne des *paradores* www.parador.es/es/institucional/85-anos-de-historia ;
- recherche par mots clés: « *hotel 500 años historia el mundo* ».

Activités langagières travaillées et entraînements proposés : EOI, CE, EE/EO

Entraînement à l'**expression orale en interaction** : on invite les élèves, sans s'interdire d'en utiliser les légendes, à analyser et commenter les photographies pour prendre conscience de l'implication des acteurs politiques dans la création et la promotion des *paradores* et à percevoir la diversité des hôtels de la chaîne à travers les trois exemples illustrés (site naturel, bord de mer, centre historique).

Entraînement à la **compréhension écrite** : utiliser un repérage des dates et événements évoqués dans l'article pour mettre en parallèle histoire de l'Espagne, étapes du développement touristique et évolution des *paradores* puis, dans une mise en commun orale ou une trace écrite, en tirer quelques conclusions.

Entraînement à l'**expression orale ou écrite**, au choix : à partir des informations apportées par l'article, les élèves montrent pourquoi et comment les *paradores*, contrairement au *Grand Hotel* de Palma de Majorque, ont su perdurer dans le temps pour devenir une chaîne de référence en Espagne.

Étape 3 : Le *parador*, fantasme du lieu et réalité du marché

L'étape 2 a permis aux élèves de voir comment la chaîne s'est adaptée au fil du temps aux réalités du tourisme et aux attentes de la clientèle. Cette nouvelle étape les amène à comprendre la politique de développement de la chaîne en utilisant à nouveau son site officiel, extrêmement riche puisqu'il

présente de manière détaillée chacun de ses 94 établissements au moyen de textes, photographies et vidéos sur la gastronomie, la région, les tarifs et prestations.

Les élèves découvrent les deux atouts dont joue la chaîne : d'un côté, l'authenticité mise en valeur par le patrimoine historique, géographique et gastronomique, de l'autre, une capacité à s'adapter aux exigences du touriste d'aujourd'hui.

Cette activité permet aux élèves de toucher du doigt la réalité des *paradores* et de percevoir, images à l'appui, comment la valorisation du patrimoine architectural sert un objectif de politique touristique. L'univers de l'hôtel offre au client la possibilité de s'abstraire quelque temps du présent pour entrer en communion avec la nature ou le passé de l'Espagne. En jouant de cela, la chaîne s'inscrit dans la continuité historique et se dote ainsi d'une précieuse capacité d'adaptation.

Exemples de supports

- [Parador de Gredos](#)
- [Parador de Cruz de Tejada](#) (Gran Canaria)
- [Parador de Nerja](#)
- [Parador de Santiago de Compostela](#)

Activités langagières travaillées et entraînements proposés : CE, EOI, EOC

Entraînement à la **compréhension écrite** : le professeur attribue un *parador* à chaque élève ou groupe d'élèves en veillant à varier les types d'hébergement : monument historique, hôtel de bord de mer, *parador* proposant un golf, un spa, etc.

Dans un premier temps, ils analysent sur la page d'accueil les éléments visuels et notent ce qui, dans les images, évoque d'une part le passé et la tradition, et d'autre part la modernité. On leur demande ensuite, dans la partie « *Descargas* » ou « *Documentación adjunta* », d'analyser et de comparer deux types de documents pdf « *Ready to go* » et « *Santiago de Compostela y su parador (folleto)* » (il est possible de faire de même pour chacun des *paradores* mentionnés comme exemples de support ci-dessus et/ou d'en choisir d'autres). Il est intéressant pour les élèves de comprendre l'intérêt qu'a la chaîne hôtelière de créer deux formats différents de documents. Leur comparaison tant par leur aspect formel (typographie utilisée, photographies, dessins, registre de langue) que par leurs contenus (niveau d'information, contenus culturels) permet de percevoir les stratégies commerciales de la chaîne hôtelière et les segments de clientèle visés au travers de chacun d'eux.

Ensuite, on les invite à naviguer sur le site du *parador* pour retrouver, par exemple, des éléments qui indiquent que la chaîne est aussi le reflet de la société en évolution et qu'elle sait s'adapter aux exigences du tourisme actuel (réseaux sociaux, tarifs adaptés, menus différenciés, accessibilité du site, cartes interactives, langues proposées, etc.).

Entraînement à l'**expression orale en interaction** : à l'oral, les élèves effectuent une mise en commun des éléments trouvés et les associent à des équipements et techniques actuels. Les élèves sont amenés à montrer comment le concept fonctionne grâce à l'exploitation des deux aspects, rêve et réalité, tradition et modernité.

Entraînement à l'**expression orale en continu** : les élèves préparent un diaporama PowerPoint composé uniquement d'images pour présenter oralement leur hôtel à toute la classe (le choix des images donnera à comprendre le segment de clientèle choisi). Ils en font la promotion en jouant des deux aspects : « *locus amoenus* » et modernité.

Étape 4 : *Paradores* aujourd'hui, l'utopie à l'épreuve de la crise

On étudie un article de 2015 qui fait état des difficultés rencontrées par la chaîne hôtelière ces dernières années, en examine les raisons, rend compte des efforts réalisés pour éviter la faillite et présente les solutions finalement retenues, dont une activité de conseil aux exploitants de bâtiments historiques. Le journaliste insiste sur le caractère unique de ces hôtels, tout en montrant qu'il n'a pas suffi à attirer un nombre suffisant de touristes en temps de crise, ce qui amène les élèves à voir comment ce lieu hors du temps, cette forme d'utopie, qu'est le *parador*, se heurte à la réalité économique. Les élèves réfléchissent aux stratégies mises en œuvre par la chaîne pour s'adapter à une société en mutation sans renoncer à sa mission de sauvegarde du patrimoine bâti ou naturel.

Les élèves sont ensuite amenés à s'exprimer sur les questions suivantes : l'hôtel de demain doit-il forcément s'enraciner dans le patrimoine d'un pays pour séduire sa clientèle ? Pourquoi ? Les choix varieront-ils selon que la clientèle est nationale ou étrangère ?

Exemples de supports

Article de presse « [El emblema turístico español supera seis años de crisis](#) », *El Mundo*, 19 avril 2015

Activités langagières travaillées et entraînements proposés

Entraînement à la **compréhension écrite** et à l'**expression orale** : on peut, dans un premier temps, demander aux élèves de relever différents éléments de l'article : les atouts de la chaîne *Paradores* ; ses difficultés et leurs raisons ; remèdes envisagés pour sauver l'entreprise de la faillite ; solutions retenues. Puis une mise en commun orale conduit à la réalisation d'un tableau récapitulatif que l'on pourra projeter et enrichir au fur et à mesure.

Entraînement à l'**expression orale en interaction** : les élèves travaillent sur les questions suivantes : l'hôtel de demain doit-il forcément s'enraciner dans le patrimoine d'un pays pour séduire sa clientèle ? Pourquoi ? Les choix varieront-ils selon que la clientèle est nationale ou étrangère ?

Dans une première phase, les élèves organisés en groupes élaborent ensemble des éléments de réponse qui leur permettent dans une deuxième phase de prendre part à une discussion élargie à la classe entière. Les échanges qu'ils ont eus facilitent la prise de parole de chacun (recherche et comparaison des idées, maniement de la langue).

Entraînement à l'**expression écrite** : pour conclure la séquence, les élèves rédigent leur réponse personnelle.

Exemple(s) de tâche(s) finale(s)

1. Expression écrite – exemple de consigne :

À partir des documents étudiés en classe, imaginez l'hôtel espagnol de demain. Présentez ses principales caractéristiques et ses attraits.

[Cette même tâche peut être proposée à l'oral en recourant éventuellement à la baladodiffusion.]

2. Expression orale en continu – exemple de consigne :

Les *Paradores* ont connu une période de crise de 2009 à 2014. Une des raisons de leurs difficultés était une connaissance insuffisante de la chaîne hors d'Espagne. Imaginez et présentez à l'oral devant la classe un argumentaire promotionnel pour une clientèle étrangère.

Progression de la réflexion tout au long de la séquence

