Comment exploiter le conte en classe de lycée ? Le conte et la publicité.

Séquence classe seconde, ou envisageable en classe de première.
Le conte et la publicité.
Les objectifs culturels:
Le conte de fées occidental: l'art de vivre ensemble; un patrimoine culturel commun, écouter, restituer, transmettre.
Réfléchir ensemble sur le genre.
Comprendre le schéma narratif, échanger sur les interprétations possibles du conte.
Détourner le conte à des fins publicitaires.
Pour les activités d'expression orale:
***Mettre en place des situations de communication et bien définir*: le destinateur, le message, le contexte et le destinataire.**
Raconter, inventer un conte court, transformer un conte traditionnel, le détourner.
Pour raconter: respecter les techniques oratoires et de diction, s'inspirer des vidéos et enregistrements proposés.
Ecrire un conte court détourné.
Utiliser le conte à des fins marketing: détourner un conte classique, adapter les personnages aux nouvelles fonctions de notre société, inventer un slogan.
Objectifs linguistiques
Le lexique propre au conte de fées traditionnel.
Utiliser les temps du passé, l'impératif, les phrases exclamatives, les connecteurs logiques, les phrases rituelles, l'expression du but, de la concession, le comparatif, le superlatif…

Cette séquence s'inscrit dans un projet spécifique de mini-entreprise 2014-2015.
Mais on peut imaginer que l'on crée une entreprise virtuelle qui aurait pour but de vendre des produits typiques des pays hispaniques.
Dans notre cas il s'agissait de vendre du café, du cacao et de l'huile d'olive biologiques importés directement.

Projet: EE/ inventer une affiche (ou spot publicitaire) ou un roll' up qui s'inspire du conte pour vendre les produits de la mini-entreprise 2015: café, cacao, aceite de oliva.

EO/ Présenter le support.

L'affiche du projet, le spot ou le roll'up ne seront pas évalués, le travail peut être réalisé en binôme pour les affiches, le roll' up, et le spot publicitaire.
En revanche on évaluera la EO (en binôme) ou présentation orale du support.

Problématique :
¿Por qué la publicidad utiliza los cuentos para vender sus productos y cómo lo hace ?

Séances : 5 à 6, la 5° est optionnelle suivant le rythme des élèves. **Objectifs** **Supports**	Problématiques Idées	Activités langagières	Outils de communication
Séance 1 **Lluvia de palabras** **La 1° séance est importante car elle permet de réfléchir sur le genre du conte et plus précisément le conte de fées** **Elle permet aussi de poser les idées essentielles.** **Les élèves connaissent les contes qu'ils côtoient depuis l'Ecole Maternelle.** **Disposition particulière de la salle** **Organiser les séances en cercle avec les élèves donne la possibilité de préciser la situation de communication et facilite la circulation des idées et du conte.** **Ecarter les tables. Disposer les chaises en cercle.** **En amont chaque élève aura choisi un conte de fées, ou le conte qui l'aura marqué durant son enfance.** **Site proposé: Ciudad Seva. Luis López Nieves**	On échange des idées sur le conte de fées, un genre populaire; on voit se dessiner ***la dichotomie*** dont parle ***Bruno Bettelheim*** dans *Psychanalyse des contes de fées*: les élèves disent que grâce aux contes, les enfants vont pouvoir classer leurs sentiments pour éviter que ce soit le chaos en eux. Les élèves font référence aussi au schéma narratif du conte traditionnel: *la situación inicial, el elemento, pertubador, las peripecias, la resolución del conflicto, el desenlace…* Et ***des personnages archétypaux*** fixes ou interchangeables ***Vladimir Propp*** ***Les épreuves*** (las pruebas) que le héros doit surmonter. cf ***Joseph Campbell*** : le chemin des épreuves. Qui transmet le conte ? Ce sont surtout ***les femmes***, le conte est ***un genre populaire***.	EOI/ Lluvia de palabras: el cuento de hadas. CO/ ¿Qué libro recomiendas? EOC/ ¿Qué cuento recomiendas? Sur le modèle de ¿Qué libro recomiendas ? L'élève propose son conte préféré. Chacun donne le titre de son conte et dit pourquoi il l'a choisi	Lluvia de palabras **Lexique :** Les titres des contes en espagnol, le lexique propre à la structure du conte : *situación inicial, elemento perturbador…* Les sentiments, les personnages, le portrait physique, moral: bueno/ malo; hermoso/ feo ; rico/ pobre… **Compétences grammaticales** : les temps du passé, les connecteurs logiques, l'expression des sentiments, soler + inf, porter un jugement personnel, acordarse de…

Les contes les plus choisis par les élèves par ordre de préférence. **1/ Caperucita Roja** **2/ Cenicienta** **3/ Pulgarcito** **4/ La bella durmiente** **5/ Blancanieves** **6/ Hansel y Gretel** **7/ Los tres cerditos** **8/ Barba azul** **9/ La bella y la bestia** **Support : CO/ ¿Qué libro recomiendas ?**	En classe de première: on voit apparaître des termes plus techniques car les élèves l'étudient en cours de français: *la tradición oral popular, didáctico, la dicotomía, el conflicto, el desenlace, los personajes arquetipos…*Les élèves sont capables de raconter des contes et de réfléchir sur le récit, ils disent aussi qu'il y a des contes trop violents qui ont une fin tragique et qu'ils ne le raconteraient pas à un jeune enfant. Cela ne signifie pas que la mort soit exclue du conte. Le professeur peut alors se référer à Bruno Bettelheim pour qui le conte possède un rôle éducatif. *El cuento tiene un papel educativo. Su desenlace optimista ayuda al niño a crecer superando sus conflictos.*		
Séance 2 **Supports** ***La princesa y el guisante.*** **Vídeo Cuentacuentos** **Illustrations du conte.**	Ce conte respecte le schéma narratif classique mais les personnages sont moins archétypaux. Il intéresse les élèves car il est peu connu et original. *En **La princesa y el guisante**,*	***1° Etape*** CO/ EOI Projection vidéo Mise en commun collective A l'aide des illustrations de Hubert Campligli (Alyen-Marseille) que l'on projette dans le désordre ; les élèves	**Lexique de réception** : ***La realeza***, *la sangre real, una princesa de verdad…* ***Los verbos de acción*** *buscar, viajar, navegar, regresar, encontrar, hallar, lograr, llamar a la puerta, abrir, averiguar, comprobar, colocar, trepar a la*

	los hombres se mantienen al margen, en cambio las mujeres toman el control. *La futura suegra no es tan mala, quiere satisfacer el fantasma de su hijo entonces pone a prueba a la joven.* *El rey es casi inexistente, se contenta con abrir la puerta. La princesa es sincera y espontánea.* *El guisante es el objeto mágico del cuento.*	reconstituent le conte en respectant bien le schéma narratif ***Situación inicial*** Érase una vez… ***Elemento perturbador*** Una noche… ***Acción 1*** De pronto… ***Acción 2*** Así que… ***Acción 3*** Al día siguiente… ***Elemento de resolución*** Entonces, con esta respuesta ***Situación final*** Finalmente… ***2° Etape*** EOI/ Echanges possibles sur les personnages moins conventionnels du conte.… **Noter les phrases rituelles** ***3° Etape*** Le professeur distribue « *La caperucita* » de Quino. Rapides échanges sur le détournement humoristique.	*cama…* ***Otros verbos*** *:chorrear agua, colmar los deseos…* ***El casamiento****: casarse la boda…* ***Los espacios****: los países, el castillo, el mundo, la planta baja, el dormitorio, el aposento…* ***Los objetos****: el colchón, el edredón, el guisante, el guijarro…* ***El cuerpo****: el cabello, estar amoratada…* ***Los elementos climáticos****: la tormenta, los truenos, la lluvia, chorrear, la ráfaga, un relámpago…* ***La delicadeza****: delicado, sensible, sentirse incómoda…* ***Compétences grammaticales****: les temps du passé, le conditionnel, para que+ subjonctif, la concordance des temps au passé, les phrases exclamatives, como si + subj imparfait, les prépositions de lieu : debajo de, sobre, encima de…* *L'expression : lamento deciros*
	Pour le conte détourné, exemples de ce qui a été trouvé par les élèves. *1/* ***Inversion des genres****: la princesa esperaba, llegó el*	***A la maison EE: les élèves inventent un conte court détourné de « La princesa y el guisante » 12 lignes.***	

	príncipe, abrió la reina, el rey puso a prueba al príncipe… Paradoxalement on retrouve un schéma plus classique. *2/* ***Inversion du portrait moral****.* *La princesa era una chica muy mal educada: comió con los dedos, la boca abierta, eructó, se levantó de la mesa sin pedir permiso, gritó a la reina, la insultó, bailó con el rey, rompió los vasos, se durmió en el sofá, roncó, se levantó a las 14 horas, …pero era una princesa de verdad y el príncipe se enamoró de ella....*	*Ce travail est évalué****.***	
Séance 3 **2° Conte** ***El príncipe rana*** **Vídeo Cuentacuentos** **Texto Biblioteca Virtual M de Cervantes Revista Folkore n°85** **Le professeur aura besoin de cartes illustrées avec des personnages et des situations féériques pour inventer des histoires. Cartes « Speech » par exemple. www.coctailgames.com** **Les élèves peuvent eux mêmes réaliser les cartes à la maison.**	Présenter les deux versions du dénouement: 1° La princesa obecede al rey su padre y le da un beso al sapo :***el vídeo*** 2° La princesa no obedece a su padre y tira el sapo contra la pared y se transforma : ***el texto*** ***Réflexion sur le dénouement*** ***¿Qué versión prefieres?*** La majorité des élèves choisissent la 2° version *« menos convencional y más rebelde »*	CO/ Vidéo Cuentacuentos. Le professeur arrête la vidéo au moment où le crapaud va chercher la balle et la rend à la princesse. Mise en commun sur le début du conte. ***Puis le professeur forme un cercle et fait tirer 6 cartes afin que les élèves racontent la suite de l'histoire****.* Le professeur projette la fin du conte. Les élèves lisent le conte écrit qui n'est pas la transcription de	**Lexique de réception video** ***Los objetos* :** *la pelota, la almohada, el carruaje* ***Los verbos de acción :*** *lanzar, arrojar, caer, rebotar, hundirse, sumergirse, buscar, recuperar, regresar, esperar, prometer, cumplir, acostarse, suplicar, insistir, quejarse, dar un beso, pedir la mano, casarse* ***Los espacios****: el bosque real, el estanque…* ***Las emociones*** *: el llanto, repugnante, angustiada, agradecida, hacer una mueca de disgusto, irritado, disgustada, asombrada…* ***La magia****: romper el maleficio, una hechicera, convertir…*

		la vidéo à la maison pour la reprise. Passent au stabylo les différences avec la vidéo.	***Compétences grammaticales*:** *le discours direct / le discours indirect les temps du passé, le futur, le conditionnel, les impératifs, les phrases exclamatives, les connecteurs logiques,* *al + inf ;, hasta que + subj ; echarse a + inf,* ***Les phrases rituelles*** *:Érase una vez, las promesas obligan, vivieron felices el resto de su vida*
***Une séance consacrée à une évaluation intermédiaire* :** **Consigne « Etre capable de donner le titre d'un conte connu avec une métamorphose ou une pseudo-métamorphose. Raconter le conte de façon très condensée. Intégrer un court dialogue.»** **Si le professeur n'évalue pas la compétence à «modifier sa voix» on peut imaginer le passage dialogué en binôme pour animer le récit.**	*Ce qui a été donné par les élèves :* *-La bella y la bestia* *-Pinocho* *-El gato con botas* *-Piel de asno* *-Cenicienta* *-Riquet-el-del-Copete* *-El patito feo* *-El mito de Narciso* *-Las hadas, un cuento lindo menos conocido y olvidado pero muy interesante.*		
Séance 4 **Reprise** CE/ Texto *El príncipe rana.* Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes donné à lire à la maison.		***Reprise*** : EOI on échange sur les dénouements différents du conte de la vidéo et du texte.	

Étude de la 1° publicité: Ecus	**Les deux publicités qui sont étudiées sur cette séance 4 et la suivante (séance 5) renvoient aux contes étudiés en amont afin que les élèves puissent les identifier précisément car ces contes sont très peu connus d'eux.** Le conte au service du marketing. 1/ Donner un sens aux images en se référant au contexte culturel des contes étudiés. 2/ Les contes au service de quels type de produits? 3/ Quel est le public visé ? (Femmes, hommes, âge, catégorie sociale…en réponse à l'étude de marché réalisée en amont avant la mise en place des produits sur le marché) Toute cette approche correspond à un chapitre en Economie du programme de Seconde. **Les 2 publicités renvoient aux contes étudiés**. La meta del anuncio 1 Ecus: *« Vender colchones de lujo »* La meta del anuncio 2 CH: Carolina Herrera, *« Vender productos de lujo »*	***EOI : Echanges, mise en commun des idées.*** ***Projection photo de la 1° publicité*** Pas de lecture du texte. *¿Qué producto vende Ecus?* *¿Qué os llama la atención?* *¿Con qué sueña Patrizia?* *¿A qué cuento remite la primera foto?* *Lire le texte* *¿A qué otro cuento remite la segunda foto?* *¿Cuáles son los argumentos de venta?* *Comprar solo un colchón.* *Ecus promete un buen descanso y promete que el comprador disfrutará de sus sueños.* Le texte signale qu'il ne s'agit pas d'une publicité mensongère… *¿A qué público meta se dirige ?* *La mujeres jóvenes adineradas que se preocupan por su imagen y por su bienestar…*	**Lexique:** lexique spécifique à la publicité: *el anuncio, el texto publicitario, el producto, el público meta, se dirige a, pone de realce, se refiere a, remitir a, el lema, el consumidor, el marketing, un anuncio logrado, alcanzar, una publicidad engañosa, falsa…* **Pour la publicité 1/** réinvestir le vocabulaire du conte de *El príncipe sapo,et de La princesa y el guisante.* + *Los ojos cerrados* + *No hace falta + inf* + *Bastaría con + inf* + *Ayudamos a que + subj*

	Dans le conscient collectif le conte fait rêver, renvoie à un univers transformé (passage de la pauvreté à la richesse) dans ce cas la richesse, à des valeurs marchandes de luxe pour le publiciste. Le consommateur peut s'imaginer qu'il est riche car il a acheté de façon exceptionnelle un parfum de marque. **Pour la 1° publicité:** Fait référence aux deux contes. Les photos renvoient aux deux contes. *« Patrizia tiene en las manos un sapo con una corona (el príncipe sapo) y sueña con un colchón Ecus* *(la princesa y el guisante). »* *« La primera foto pone de realce el rostro de la joven muy linda con una piel muy delicada con los ojos cerrados» « La segunda foto muestra los numerosos colchones de la cama del cuento »* La société de consommation stimule les désirs matériels, suscite le rêve de posséder des objets. Le vecteur ici est le conte. Le désir d'objet se		

	substitue au désir immatériel. Patrizia ne rêve pas comme dans les contes du prince ni d'amour, mais de dormir sur un matelas Ecus. « Un solo colchón bastará » renvoie au vingt matelas du conte. *Patrizia sueña con un bien material, no sueña con el amor.*		
Séance 5, séance optionnelle, suivant le rythme des élèves. **En amont: demander d'effectuer des recherches sur Carolina Herrera (1939,** **venezolana)** **2° Publicité : CH** **Réflexion sur la société de consommation et ses objets.** **Ne pas refuser les objets mais ne pas en être esclaves** ***José Mujica, expresidente de Uruguay 2010-2015*** **Nous avons besoin des objets mais c'est la façon dont nous les fabriquons, la façon dont nous les acquérons, l'usage que nous en faisons, la façon dont nous nous en débarrassons, qui déterminent si ce sont des objets de la société de consommation.** **Et en avons-nous vraiment besoin ?**	***La 2° publicité affiche : CH*** Se compose d'une photo seulement. Et de la marque. S'adresse aux initiés de la marque. D' où l'intérêt de demander aux élèves de faire des recherches sur cette marque. *« En un dormitorio lujoso un hombre cuyo rostro no identificamos, trepa una escalera con muchos regalos para su enamorada tendida sobre la cama arriba.»* On ne sait pas ce qu'il y a dans les paquets, le publiciste vend la marque à chacun d'imaginer… *El rojo, color llamativo remite a la pasión amorosa.* Pour CH les élèves ont trouvé les slogans suivants : *-CH ¡Haz un regalo único a tu princesa !*	***Projection photo de la 2° publicité*** *¿Quién concoce la marca CH?* *¿Qué tipo de productos vende?¿Cómo lo vemos aquí?¿Sabemos lo que hay en los paquetes?* *¿Qué significa esto?* *¿A qué cuento remite la foto del anuncio?* *Describe la escena…* *El anuncio dirá …* *Como eres una verdadera princesa mereces…* ***Pour la publicité Ecus*** Apuntar el lema: « *Con los ojos cerrados »* Proposer un autre slogan. ***Pour la publicité CH*** Pour le 2° pas slogan. inventer un slogan.	**Pour la publicité 2/** réinvestir + *los regalos, en todas partes, trepar una escalera, alcanzar, divertido, un ambiente fútil, ligero, lujoso, superficial, de consumo…* *Quizás sea* un par de zapatos, *quizás sea* un perfume…*quizás* le *ofrezca*, le regale, *haya comprado…*

Le publiciste crée des images qui renvoient à l'imaginaire collectif du conte. **Le conte respecte une structure narrative. La narration est plus facile à mémoriser que l'analyse d'où l'efficacité du conte dans la publicité.** **L'imaginaire collectif et narration sont fondamentaux pour la publicité, ces deux constantes se retrouvent dans le conte.** **Le consommateur potentiel s'identifie aux personnages de contes même si il ne connaît pas précisément l'histoire en revanche il s'identifie aux personnages archétypaux : *la princesa, el príncipe…***	*-CH, la marca de las princesas verdaderas.* *-CH, las princesas lo merecen.* *-CH ¡ Eres una princesa de verdad* *-CH, regalos a las princesas.* *-CH, como en los cuentos.* *-CH, la marca de los sueños.* *-CH, érase una princesa…* *-CH, un verdadero regalo.*		
Séance 6 **Evolution des personnages dans la publicité, les publicistes détournent les fonctions traditionnelles des personnages des contes classiques pour capter l'attention du spectateur.** **Les femmes s'émancipent, brisent l'archétype du conte traditionnel : passives, peureuses, innocentes…elles se montrent audacieuses, actives, rebelles. Elles correspondent aux nouveaux contes de notre quotidien.**		***A la maison, en amont*** EOC/ En binôme : chercher une publicité en langue espagnole qui renvoie au conte, ce peut être une affiche, une vidéo : la présenter, l'analyser. Mettre sur clef afin de pouvoir la présenter en classe Selon les publicités proposées : Chanel, Mac Do,…on accepte toutes les publicités en espagnol et de produits non hispanophones à condition qu'ils soient vendus en Espagne, en expliquant qu'ils sont adaptés au marché (la globalisation).	***Lexique*** ***Los productos*** : *el perfume, la comida rápida, los seguros,…* **Réinvestissement** ***Los personajes*** *: el lobo, la princesa,…* *Los lugares, sentimientos, el retrato físico y moral, …* *La transformación, el cambio, el tratamiento, la reinterpretación, la parodia..* ***Compétences grammaticales*** *Reconozco …pero me sorprende…* *El publiscista quiso…puso de realce…transformó…*

		Sur la dernière séance on peut s'organiser ainsi ***1° étape Reprise 20 minutes*** : les élèves présentent leur publicité en binôme. EOC : Comment la marque utilise le conte, de quel conte s'agit-il, dans quel but ? Les fonctions des personnages des contes classiques sont elles respectées ? *¿Los personajes del anuncio se parecen a los personajes del cuento que conocéis ?*	
Vídeo Anuncio los seguros Verti. **Verti es la nueva filial del grupo Mapfre, aseguradora low cost en Internet, con venta directa por teléfono o Internet.** **Este anuncio no es nada estético pero resulta eficaz con la voz en off y una caperucita poco convencional.** **El público meta : los jóvenes porque es un seguro todo riesgo low cost para el primer coche también.**	Le publiciste dans un premier temps respecte le cadre traditionnel du conte : *« Reconocemos la escena clásica del cuento, los dos personajes en el dormitorio, el color rojo, la ropa, los sentimientos de la Caperucita : asombro y miedo. En cambio la caperucita ya no es una niña joven y reacciona de manera diferente, es una chica moderna, activa, « despierta » que toma iniciativas y que huye del lobo en coche a toda velocidad.»* *« Por eso tiene que contratar el seguro Verti para no tener miedo*. » Le détournement s'exprime de façon parodique aussi à travers	***2° Etape***/ Projeter la publicité Verti : ***un anuncio de seguros.*** EOI : Echanges avec les élèves sur le détournement du conte ***« La reinterpretación de la caperucita roja es una parodia también »*** ***On peut renvoyer à « la caperucita » de Quino sans intention publicitaire.*** ***On pourrait imaginer la bd de Quino pour la promotion d'un produit.*** ***Allusion au cinéma américain*** Hitchcok : poursuite en voiture…	***Pour la publicité Verti*** : Réinvestissement de tout ce qui a été vu + ***Lexique :*** *los seguros, exagerar, tomar iniciativas, vestir de rojo, conducir un coche a gran velocidad, un coche deportivo, asustarse, el susto, tener miedo a, escaparse de, divertido, divertir, tranquilizarse, protegerse, lograr, una escena de persecución en coche …* ***Compétences grammaticales*** : la forme exclamative, la conjugaison verbes à diphtongue : divertir, invertir,… La comparaison… L'opposition « aunque » + ind…

	l'exagération, le décalage et le dénouement : *« La exageración de los sentimientos y de las reacciones provocan la risa »* *« Al principio el doblaje de Caperucita por la voz de un hombre sobre las palabras famosas de la niña (¡Qué boca más grande tienes !) desencadena la risa con un tono poco apropiado.»« La caperucita logra escapar, sin ayuda de nadie. »*		
Mise en place du projet **Objectif: écrire un script de la vidéo publicitaire à la façon d'un conte. Le réaliser.** **Ou fabriquer une affiche publicitaire pour promouvoir les produits de la mini-entreprise en évoquant un conte : el café, el cacao, el aceite, el turrón.** **Ou création d'un roll'up.**	Les produits de la mini-entreprise en 2012: liquide vaisselle à base d'huile d'olive bio d'Espagne et fabrication de torchons de récupération (draps).	Respecter les étapes du schéma narratif. Trouver un slogan. Détourner les fonctions classiques des personnages du conte traditionnel : dans la vidéo Cenicienta est un garçon.	**Lexique et compétences grammaticales**: réinvestissement de tout ce qui a été étudié.