

Rapport de la mission de
Nicolas JOUNIN, Michel SAMUEL et Livia VELPRY
maîtres de conférences du département de sociologie et d'anthropologie
de l'Université PARIS 8,
auprès de la Faculté des Sciences Sociales et Philosophiques de
l'Université Pédagogique (Mozambique)

Maputo, 2 octobre - 12 octobre 2017

Paris
26 octobre 2017

L'objectif de la mission que nous avons réalisée auprès de la Faculté des Sciences Sociales et Philosophiques (FCSP) de l'Université Pédagogique du Mozambique (UP) était d'animer à Maputo une « Oficina intensiva de prática socioantropológica » (« Atelier intensif de pratique socio-anthropologique ») à destination de 35 étudiants inscrits en troisième année de licence de sociologie (mineure « Développement rural ») et de 50 étudiants inscrits en quatrième année de licence de sociologie (mineure « Anthropologie »).

Cet objectif nous a été proposé par le nouveau Directeur de la FCSP, M. Bento Rupia, avec l'idée de reprendre, sous une forme nouvelle et après trois ans d'interruption¹, des actions de formation à l'enquête et à la recherche de terrain, que nous avons conduites en 2012 et 2013 auprès du pôle central de l'UP à Maputo² et en 2014 auprès de la délégation de Nampula de l'UP³.

Notre mission a été rendue possible grâce au financement de nos billets d'avion PARIS - MAPUTO - PARIS par le Service de Coopération et d'Action Culturelle de l'Ambassade de France au Mozambique, et de nos frais de séjour à Maputo par la Faculté des Sciences Sociales et Philosophiques de l'Université Pédagogique, dans le cadre de l'accord de coopération interuniversitaire UP / PARIS 8. Nous tenons ici à les en remercier.

1. DÉROULEMENT DE L'ACTION

1.1. Dispositif pédagogique et choix des terrains

La pédagogie que nous proposons s'inspire de celle mise au point par les enseignants-chercheurs du département de sociologie et d'anthropologie de l'Université PARIS 8 dans le cadre de l'enseignement « Pratique d'enquête », proposé aux étudiants en troisième année de licence. Nous en avons résumé les principes et les modalités dans une communication intitulée « *Algumas lições das nossas experiências de formação em pesquisa como parte do grau de licenciatura em Sociologia da UP (2011-2014)* »⁴, présentée le 12 octobre 2016 lors du colloque fondateur de l'Association Franco-Mozambicaine de Sciences Humaines et Sociales (AFRAMO CHS)⁵.

Un des aspects fondamentaux de cette pédagogie est que les enseignants accompagnent les étudiants à chaque étape, depuis la préparation de l'enquête (identification

¹ Interruption liée en partie à la restructuration - encore en cours - de l'Université Pédagogique, à la nomination d'un nouveau recteur, M. Jorge Ferrão, et à l'élection d'un nouveau directeur de la FCSF, M. Bento Rupia.

² Voir les rapports de mission de Nicolas Jounin d'août 2012 et de juillet-août 2013.

³ Voir le rapport de mission de Michel Samuel et de Livia Velpry de juillet 2014.

⁴ « *Quelques leçons de nos expériences de formation à la recherche dans le cadre de la licence de sociologie de l'UP (2011-2014)* »

⁵ Nous reproduisons dans l'annexe 1 une traduction en français d'extraits de cette communication.

des thèmes et formulation des premiers questionnements) jusqu'à l'interprétation des données recueillies, en particulier dans la phase de recueil de données sur le terrain.

Nous avons proposé aux étudiants trois terrains possibles (des lieux qui présentent une cohérence du point de vue des activités qui s'y déroulent, ouverts au public, suffisamment vastes pour que nous puissions nous y disperser, qui n'exigent pas d'autorisations préalables) :

- la Feira de artesanato, flores e gastronomia de Maputo - FEIMA (Foire de l'artisanat, des fleurs et de la gastronomie de Maputo) ;
- le Mercado do peixe (Marché aux poissons) ;
- le Mercado grossista do Zimpeto (Marché grossiste de Zimpeto).

Comme plus de 60 étudiants ont choisi de mener des enquêtes sur le marché grossiste de Zimpeto, nous avons décidé d'abandonner le terrain « foire de l'artisanat, des fleurs et de la gastronomie de Maputo » et d'affecter deux d'entre nous, Nicolas Jounin et Livia Velpy, à l'encadrement des étudiants qui ont choisi le marché grossiste de Zimpeto, Michel Samuel accompagnant les étudiants sur le marché aux poissons.

Quatre enseignants mozambicains se sont associés à notre travail : deux nous ont accompagné dans tous les moments du stage (Carlos Manjate, un jeune enseignant, titulaire d'une licence et inscrit en master au sein même de l'UP, récemment recruté et en charge d'un cours de pratiques d'enquête, et Aurélio Miambo, titulaire d'une thèse d'anthropologie soutenue à l'Université Paris-Diderot en juillet 2017, dans le cadre de l'accord de coopération PARIS 8 / UP), deux autres plus irrégulièrement en raison de leurs responsabilités académiques (Bento Rupia, directeur de la FCSF, et Hilario Lopes, responsable de la licence de sociologie).

1.2. Le travail en groupes restreints et la dynamique des allers retours sur le terrain ⁶

Outre le choix par les étudiants des terrains sur lesquels ils souhaitaient travailler, la séance plénière du lundi matin 2 octobre a été consacrée à la présentation, avec le support de deux « powerpoint » prévus à cet effet, du programme de travail pour les 8 jours à venir ⁷, de la façon dont nous allons travailler (alternance de demi-journées de production de données sur le terrain et de séances de travail en classe sur le campus de Lhanguene où sont situés les bâtiments de la FCSF) et des premières consignes simples à respecter concernant la réalisation des observations et des entretiens .

L'après-midi du lundi 2 octobre, les étudiants se sont répartis entre ceux qui souhaitaient travailler sur le marché grossiste de Zimpeto et ceux qui souhaitaient travailler sur le marché aux poissons. Nous avons constitué des petits groupes de 4 à 7 étudiants à partir des premières curiosités exprimées par les étudiants (12 groupes pour le marché grossiste de Zimpeto, 4 groupes pour le marché aux poissons) et préparé la première sortie sur le terrain

⁶ Pour illustrer les différents moments qu'ont constitués ces allers retours sur le terrain, nous reproduisons dans l'annexe 2, à titre d'exemple, les notes prises par Michel Samuel à l'issue de chacun des moments de l'enquête menée sur le marché aux poissons.

⁷ Le stage était prévu pour durer pendant les 9 jours ouvrables entre le 2 et le 12 octobre, mais nous avons appris au dernier moment que le mercredi 4 octobre était un jour férié (vingt-cinquième anniversaire de l'Accord Général de Paix de 1992). Par ailleurs, pour tenir compte des horaires habituels des étudiants, les journées de travail ont été réduites à de longues matinées, en général de 7 heures à 14 heures, si l'on tient compte des temps de transport.

prévue le lendemain, dont l'objectif général était de reconnaître et de décrire les espaces à investiguer ainsi que d'identifier les acteurs sociaux qui s'y déploient ⁸.

Le mardi matin 3 octobre, les étudiants se sont rendus par leurs propres moyens sur leurs terrains respectifs, accompagnés par les enseignants (Nicolas Jounin, Carlos Manjate et Livia Velpy pour le marché grossiste de Zimpeto, Aurélio Miambo et Michel Samuel pour le marché aux poissons).

Le marché grossiste de Zimpeto est situé à environ 15 kilomètres du centre-ville, au bord de la route nationale EN1 en direction du nord du Mozambique. Ouvert en 2007 pour remplacer un marché de gros plus proche du centre-ville engorgé par la circulation et l'installation de multiples vendeurs au détail, le marché de Zimpeto désigne au départ un ensemble délimité par une clôture en dur et quelques entrées contrôlées. Cet ensemble est partagé entre une zone dédiée aux camions (fruits et légumes) et une autre pour des installations (« barracas ») et des produits plus durables (sucre, huile...). Si les premières heures de la matinée (4h à 6h environ) semblent davantage dédiées, effectivement, à la vente en gros, de nombreux vendeurs au détail investissent ensuite le marché. Ils disposent de petits stands (« bancas ») ou bien vendent à même le sol ou encore de manière ambulante. À l'extérieur du marché clôturé, un marché annexe encore plus vaste, bordant la gare routière, reproduit cet assemblage hétéroclite de vendeurs au détail, avec une variété de marchandises plus grande, débordant les seuls produits alimentaires (habits de seconde main ou « calamidades », quincaillerie...). Les enquêtes des étudiants ont montré qu'il y a différents niveaux de formalisation (c'est-à-dire de rapport à l'État) des activités de commerce déployées, selon une stratification complexe intégrant plusieurs critères (dedans/dehors, gros/détail, vente en stand/au sol/ambulante, administration du marché/police municipale, paiement de taxe/obtention d'une licence...) qui empêche d'appliquer une division binaire entre formel et informel.

Quant au marché aux poissons, il est situé en bordure de la plage de Maputo, à 5 kilomètres environ du centre ville. Inauguré en décembre 2015, il a remplacé deux anciens marchés aux poissons, l'un plus proche du centre ville, également en bordure de l'océan mais à l'abri des coups de vent fréquents qui balayent le littoral, l'autre au pied de l'ancienne forteresse de Lourenço Marques, près du port de pêche. Ce nouveau marché est le fruit d'une coopération avec l'agence de développement japonaise (JICA). Son organisation se veut rationnelle et respectant des normes sanitaires strictes. Comme les anciens marchés, le nouveau marché est divisé en deux parties : d'un côté un grand bâtiment abrite les espaces de vente de poissons et des crustacés, de l'autre 40 kiosques répartis en 6 « blocs » offrent des espaces pour la restauration.

Sur le terrain, les étudiants, en groupes ou individuellement, viennent régulièrement rendre compte aux enseignants des premières données d'observation recueillies ainsi que des conversations, provoquées ou non, qu'ils ont pu saisir. C'est l'occasion pour les enseignants de vérifier la manière dont les étudiants prennent des notes, de discuter avec eux des techniques à employer (par exemple pour réaliser des observations systématiques), de commenter leurs méthodes de travail ou encore de suggérer d'approfondir tel ou tel aspect de leurs premières données.

⁸ Pour un exemple concret d'une séance de travail réalisée l'après-midi du lundi 2 octobre voir dans l'annexe 2 le point 1. « **CONSIGNES DONNEES AUX ETUDIANT-E-S QUI PARTICIPENT AU GROUPE "MERCADO DO PEIXE" AVANT LEUR PREMIERE SORTIE SUR LE TERRAIN** » (Note rédigée à l'issue du travail réalisé le lundi 2 octobre dans l'après-midi).

La matinée du jeudi 5 octobre, de retour dans les salles de classe du campus de Lhanguene, les étudiants, réunis en petits groupes, ont commencé à rédiger les comptes rendus de leurs observations, de leurs conversations et de leurs entretiens, puis les ont présentés oralement afin de les soumettre aux remarques et aux réflexions de leurs collègues et de leurs enseignants : une première étape vers la systématisation et l'interprétation des données. C'est aussi une discussion, parfois source de controverses, sur les catégories de saisie employées. Cela permet de commencer à saisir les chemins d'une conceptualisation ancrée sur un terrain, guidée par le seul souci de rendre celui-ci intelligible (à l'encontre de l'exhibition gratuite de théories mal maîtrisées, découlant en France comme au Mozambique d'enseignements trop abstraits). Les discussions qui en ont suivi ont également été l'occasion de préciser les questions de recherche ou de les reformuler et d'adapter les méthodes d'enquête aux nouveaux enjeux, ouvrant ainsi la voie à une nouvelle étape de collecte de données le jour suivant, le vendredi 6 octobre⁹.

Le lundi 9 octobre, le travail dans les salles de cours a pris une tournure un peu différente : nous avons indiqué à chaque groupe d'étudiants qu'il aurait à présenter lors de la session de clôture du stage, prévue le jeudi 12 octobre, un petit exposé structuré autour d'une idée principale. Nous avons alors laissé les étudiants de chaque groupe discuter entre eux afin qu'ils identifient quelle idée principale, résultant de leurs enquêtes, ils souhaitent mettre en avant, qu'ils mettent en ordre les données de terrain s'y rapportant et qu'ils identifient les informations pertinentes qui pourraient compléter leur argumentation (ou infirmer leur hypothèse), à recueillir lors de leur sortie suivante sur le terrain le mardi 10 octobre.

Après leur nouvelle sortie sur le terrain, le mercredi 11 octobre, les groupes d'étudiants ont commencé à construire, avec le soutien des enseignants, le plan argumenté de leurs exposés et à en rédiger les différentes parties. Chaque groupe a ensuite soumis une première version de son exposé aux autres groupes, afin de tenir compte de leurs remarques pour en améliorer la rédaction.

La session de clôture du jeudi 12 octobre s'est déroulée en trois parties. Pratiquement tous les étudiants (environ 80) étaient présents.

Dans un premier temps, les 16 groupes d'étudiants ont présenté leurs exposés, chacun en cinq minutes.

Voici les titres de ces exposés :

- pour les étudiants qui ont enquêté sur le marché aux poissons :

- . Les motifs d'insatisfaction des travailleurs du secteur de la restauration
- . Comment les clients du marché aux poissons « choisissent-ils » leur restaurant ?
- . La diversité sociale des vendeurs et des vendeuses de poissons et de crustacés
- . Le double monde (formel et informel) du marché aux poissons.

⁹ Pour un exemple concret des séances de travail réalisée dans la matinée du 5 octobre, voir dans l'annexe 2 les points 2. « QUELQUES CONSEILS POUR LA PRÉSENTATION DU PREMIER COMPTE RENDU DE LA PREMIÈRE SORTIE SUR LE TERRAIN » (Note rédigée à l'issue du travail en salle de classe jeudi 5 octobre) et 3. « LES PREMIERS THEMES DE RECHERCHE EMERGENTS » (Note rédigée le jeudi 5 octobre à l'issue de la présentation des comptes rendus de la première sortie sur le terrain le mardi 3 octobre).

- pour les étudiants qui ont enquêté sur le marché grossiste de Zimpeto :

- . Les raisons du travail des enfants (selon les mineurs et selon leurs employeurs)
- . Les acteurs du recouvrement de taxes à l'intérieur du marché (clôturé) et les stratégies de fuite ou de refus de paiement
- . Le rapport de l'administration du marché et de la police municipale aux vendeurs du marché annexe
- . Le genre et la trajectoire des vendeurs/ses de « calamidades » (vêtements usagés)
- . Les parcours et les origines géographiques des noix de coco et de leurs vendeurs
- . La diversité linguistique au sein du marché et les stratégies des vendeurs ne parlant pas les langues locales
- . L'organisation du travail et la structuration des groupes qui contrôlent et lavent les voitures des clients du marché
- . Les différentes formes d'acquisition de l'espace pour vendre à l'extérieur du marché
- . Les parcours des « gai gais » qui déchargent les marchandises des camions de vente en gros
- . Les parcours et les stratégies des « chamadores » qui attirent les clients vers les camions
- . L'organisation interne, notamment concernant la fixation des prix, entre les vendeurs de tomates en gros
- . Les parcours et statuts des vendeurs de pommes de terre et oignons en gros en camions.

Les enseignants français (Michel Samuel, Nicolas Jounin, Livia Velpry), puis mozambicains (Aurélio Miambo, Carlos Manjate, Hilario Lopes) ont ensuite présenté leurs appréciations positives de l'initiative, en soulignant tous l'intérêt pour les étudiants comme pour eux-mêmes.

Enfin, le directeur de la FCSF, Bento Rupia, a conclu en souhaitant la poursuite de la coopération avec les enseignants du département de sociologie et d'anthropologie de l'Université PARIS 8 pour développer les enseignements pratiques de leurs disciplines.

2. BILAN ET PERSPECTIVES

Incontestablement l'« « Oficina intensiva de prática socioantropológica » a constitué un moment important dans la formation des étudiants de troisième et quatrième années de la licence de sociologie de l'Université Pédagogique, qui ont largement adhéré à la pédagogie proposée. La plupart a souligné à quel point cette initiative constituait pour eux une expérience nouvelle, qui leur a donné à voir dans la pratique ce qu'est une enquête de terrain. Les étudiants ont notamment apprécié la présence des enseignants à leurs côtés dans toutes les phases du travail, notamment sur le terrain, et le temps dédié à la discussion des données qu'ils avaient recueillies.

Comme l'ont remarqué les enseignants de PARIS 8, les étudiants ont manifesté un fort investissement dans les exercices qui leur ont été proposés. Ils ont fait preuve de dynamisme et d'initiative, d'inventivité même, dans leurs façons d'aborder le terrain, démontrant en ce domaine des qualités qui, dans les mêmes circonstances, font parfois défaut aux étudiants

français. Ils ont été très attentifs aux remarques que nous leur faisons et se sont efforcés de mettre en pratique les conseils que nous leur donnions, souvent avec succès.

Le bilan a été également positif pour les enseignants mozambicains qui ont apprécié la qualité des rapports qui se nouaient avec les étudiants grâce à ce type de pédagogie ainsi que la façon que nous avons d'accompagner les étudiants : de leur expliquer les enjeux des différents moments d'une recherche (depuis la préparation de l'entrée sur le terrain jusqu'à la rédaction d'un exposé des résultats), de souligner les exigences de rigueur dans la production des données de terrain et dans leur interprétation, de leur prodiguer des conseils pratiques sur les manières de faire à chaque étape de l'enquête.

Il n'en reste pas moins que depuis le début de nos interventions en 2012, la place des enseignements pratiques de la sociologie et de l'anthropologie reste très modeste dans le cursus de la licence de sociologie, même si un début d'attention leur a été accordé avec l'introduction de cours de « pratique socio-anthropologique » (désormais dénommée « pratique professionnelle ») dès les deux premières années.

L'une des raisons en est que ces enseignements pratiques exigent beaucoup plus de temps de présence auprès des étudiants par rapport à des cours théoriques, une dimension « aggravée » par le fait qu'ils supposent de travailler avec des groupes restreints d'étudiants pour permettre un accompagnement approprié, notamment les nombreuses corrections que les travaux rendus exigent. Or les conditions salariales des enseignants mozambicains les obligent à donner des cours dans d'autres institutions universitaires que celle à laquelle ils appartiennent, ce qui réduit d'autant leur disponibilité.

Ainsi, alors que notre intervention était pensée et convenue comme un moment de travail en commun avec nos collègues mozambicains – 7 d'entre eux étaient annoncés comme devant participer –, seuls 2 nous ont accompagnés du début jusqu'à la fin. Cela tend à faire de nous des prestataires de stage intensif de terrain, ce qui n'est pas sans intérêt ni sans effet pour les étudiants, mais ne permet pas d'inscrire notre brève présence dans une dynamique plus ample et cohérente.

Par ailleurs l'introduction même modeste d'enseignements pratiques dès la première année de licence implique que soit pensée et pratiquée une progressivité de ces enseignements, ce qui ne semble pas être le cas actuellement. Par exemple, il pourrait être envisagé que l'accent soit mis sur l'observation en première année, sur l'entretien en seconde année, sur l'enquête de terrain en troisième année, sur l'accompagnement de l'élaboration des mémoires de recherche en quatrième année.

Ces remarques nous conduisent à proposer que notre coopération, si elle doit se poursuivre, s'oriente vers l'élaboration et la mise en œuvre conjointe (enseignants français et enseignants mozambicains) d'un cursus d'enseignements pratiques dont les contenus concrets soient compatibles avec le temps que peuvent y consacrer nos collègues mozambicains. À notre avis, cette perspective impliquerait d'identifier un groupe stable d'enseignants mozambicains pour assurer ces enseignements pratiques, des enseignants avec qui nous puissions échanger régulièrement tout au long de l'année universitaire et pas seulement dans les seuls moments où nous sommes présents à leurs côtés.

ANNEXE 1

Traduction en français d'extraits de la communication

« **Algumas lições das nossas experiências de formação em pesquisa como parte do grau de licenciatura em sociologia da UP (2011-2014)** »

(présentée à Maputo le 12 octobre 2016 lors du colloque fondateur de l'Association Franco-Mozambicaine de Sciences Humaines et Sociales)

« INTRODUCTION »

Cette communication a été écrite à trois, enseignants-chercheurs du Département de sociologie et d'anthropologie de l'Université PARIS 8, Nicolas Jounin, Michel Samuel et Livia Velpy, tous trois impliqués dans la formation à l'enquête de terrain, avec les étudiants de licence en France et également avec ceux de l'UP au Mozambique.

Nous présentons d'abord les principes sur lesquels repose le type de formation que nous défendons et mettons en œuvre, principes qui ont des fondements épistémologiques mais sont aussi nourris par nos nombreuses expériences pédagogiques. Nous les présentons en les illustrant d'exemples tirés des formations pratiques à l'enquête de terrain menées auprès d'étudiants et d'enseignants au Mozambique dans le cadre d'un accord de coopération interuniversitaire entre PARIS 8 et l'Université Pédagogique (...)

Nous nous appuyons sur l'expérience tirée de 7 missions réalisées dans les délégations de Maputo et de Nampula entre 2011 et 2014 (...).

1. LES PRINCIPES DE LA FORMATION PRATIQUE A L'ENQUETE DE TERRAIN TELLE QUE NOUS LA METTONS EN ŒUVRE

1.1. Accompagner les étudiants sur le terrain très rapidement en misant sur leur curiosité : le principe de l'immersion

Nous proposons rapidement aux étudiants de se rendre sur le terrain après avoir défini avec eux des thèmes d'enquête précis, identifié des terrains accessibles et leur avoir transmis des consignes élémentaires pour le recueil des données. Un des points fondamentaux de cette pédagogie est d'accompagner les étudiants à toutes les phases de l'enquête, en particulier sur le terrain.

1.1.1. Définir des thèmes d'enquête précis et pertinents

Pour définir des sujets d'enquête (pertinents et précis), nous laissons les étudiants proposer des thèmes par rapport aux connaissances « concrètes » qu'ils ont de la vie sociale, leurs curiosités, leurs interrogations. Parmi les propositions qu'ils font, deux critères président au choix :

- que le thème soit susceptible d'être abordé par une approche qualitative,
- que l'accès au terrain ne suppose pas une négociation préalable.

Nous favorisons aussi le travail d'ajustement des thèmes d'enquêtes, en petits groupes. La discussion collective de la pertinence et de la faisabilité des thèmes constitue déjà le début de l'enquête. Elle amène les étudiants à formuler des questionnements et à en tester la pertinence, ainsi qu'à évaluer la faisabilité de l'enquête nécessaire

Le thème n'est pas nécessairement associé à une « problématisation ». Il peut être relativement large et sera précisé après la première enquête sur le terrain. Lorsqu'on a peu de temps, la définition de « thème » peut être remplacée par la désignation de groupes-cibles, présents dans l'espace public, auprès desquels des entretiens et des observations peuvent être menés sans négociation préalable

1.1.2. Identifier un terrain accessible

Le choix des lieux d'enquête s'adapte aux caractéristiques de la formation selon qu'il s'agit de séances renouvelées sur plusieurs semaines ou de stages intensifs. Sont privilégiés les lieux d'enquête faciles d'accès, qui ne nécessitent pas d'autorisation spéciale ou de moyens logistiques, ce qui permet de gagner du temps et laisse beaucoup d'options (...)

1.1.3. Donner des consignes simples

Trois types de consignes simples suffisent pour se préparer à un premier départ sur le terrain :

- sur les observations : quoi regarder et quoi noter ?
- sur les entretiens : préparer pour éviter les « interrogatoires » et laisser les interlocuteurs développer leurs discours en privilégiant les relances et les demandes d'explicitation.
- sur les autres données : préparer les éventuels recueils systématiques ou de données existantes

Selon la familiarité des étudiants avec les sciences sociales, ces consignes peuvent être plus ou moins développées. Ce travail peut s'appuyer sur des outils élaborés à partir des expériences pédagogiques antérieures.

1.1.4. La présence des enseignants sur le terrain, aux côtés des étudiants

Il s'agit d'accompagner le plus possible les étudiants sur le terrain pendant le recueil de données, pour y suivre leurs observations et assister à leurs entretiens. Ceci s'avère indispensable pour donner des conseils sur le moment, pour mieux identifier les difficultés des étudiants, pour souligner ce qu'il y a d'intéressant à voir dans les situations d'enquête et également pour être en mesure a posteriori de leur faire prendre en compte des données à côté desquelles ils sont passés ou qu'ils ont jugées insignifiantes.

1.2. Elaborer pas à pas les questions de recherche et l'analyse des données, en alternance avec des retours sur le terrain

1.2.1. Débriefing la première sortie sur le terrain

Animer à leur retour dans les salles de cours des séances collectives de débriefing sur ce qu'ils ont appris des situations qu'ils ont observées et des propos qu'ils ont échangés, afin de commencer à mieux définir l'objet de leur enquête, à formuler des premières questions de recherche et à améliorer leurs techniques d'enquête.

Réaliser les premiers décriptages des entretiens et observations, identifier rapidement les manques à combler dans les observations et les nouvelles questions à aborder dans les entretiens, commencer à interpréter.

Revenir sur les consignes initiales : les reprendre, les faire évoluer...

1.2.2. Retourner sur le terrain, munis des acquis de l'expérience

À chaque fois, en faire un compte-rendu et mesurer la progression par rapport à la session d'enquête antérieure.

1.2.3. Rédiger régulièrement des comptes rendus portant à la fois sur les contenus et sur les méthodes.

Dès la première fois, puis à chaque fois, faire écrire immédiatement des comptes rendus... Cela suppose également un accompagnement des enseignants, qui doivent corriger à plusieurs reprises les écrits des étudiants (...)

ANNEXE 2

Notes élaborées par Michel Samuel à l'issue des différents moments de travail avec les étudiants qui ont enquêté sur le marché aux poissons

1. « CONSIGNES DONNEES AUX ETUDIANT-E-S QUI PARTICIPENT AU GROUPE “MERCADO DO PEIXE” AVANT LEUR PREMIERE SORTIE SUR LE TERRAIN” (Note rédigée à l'issue du travail réalisé le lundi 2 octobre dans l'après-midi) :

« Lors de la réunion plénière du 2 octobre, dans laquelle on procéda à la répartition des troisièmes et quatrièmes années entre les terrains prévus, 22 étudiants se sont inscrits pour enquêter dans le MERCADO DO PEIXE.

Le MERCADO DO PEIXE comprenant deux parties bien distinctes, celle où sont vendus poissons et crustacés et celle où l'on peut déguster ceux-ci, ces 22 étudiants à leur tour ont été répartis dans 4 sous-groupes, intitulés :

- grupo de inquérito 1 RESTAURANTES
- grupo de inquérito 2 RESTAURANTES
- grupo de inquérito 1 VENDA DE PEIXES E DE MARISCOS
- grupo de inquérito 2 VENDA DE PEIXES E DE MARISCOS

Les deux premiers sous-groupes ont mené les premières enquêtes avec Aurélio Miambo, les deux derniers avec Michel Samuel.

Voici les consignes qui leur ont été données avant leur premier sortie sur le terrain, le mardi matin 3 octobre :

CONSIGNES GÉNÉRALES, D'ORDRE MÉTHODOLOGIQUE

Les « consignes générales » qui suivent n'ont été que partiellement formulées avant la première sortie sur le terrain. Elles seront reprises au moment où les étudiant-e-s présenteront leurs rapports d'enquête et complétées par d'autres.

1. à propos des observations

1.1. Quand on décrit un groupe de personnes dans une situation donnée, il est indispensable d'indiquer le plus exactement possible le nombre de personnes concernées, la répartition par sexe, mais également des indications sur les âges des personnes en question. Tout autre élément qui pourrait être précisé est important à consigner, par exemple les tenues vestimentaires.

Exemple : « Un groupe de 12 personnes, composé de 5 jeunes femmes vêtues de blouses bleu et de 7 hommes d'âge mûr »

1.2. Dans certains cas, il peut être utile de suivre les mouvements d'une personne ou d'un groupe, de ne pas rester statique alors que la personne ou le groupe se déplace, et ainsi de pouvoir décrire les phases successives du déplacement. Cette attitude permet souvent de mieux restituer la vie d'un lieu et ce qui s'y passe.

Exemple : suivre un petit groupe de clients du marché aux poissons depuis le stationnement sur le parking jusqu'au moment où ils s'installent à la table d'un restaurant : que font-ils ? qui vient à leur rencontre ? qui les salue ou converse avec eux ? etc. Dans ce cas, on pourra saisir les manières de procéder des « chamadores de clientes » ou encore le degré d'interconnaissance des personnes qui fréquentent le marché, etc.

1.3. Dans d'autres cas, il peut convenir de rester pendant une certaine durée au même endroit, par exemple pour faire un comptage.

1.4. Quand on décrit un lieu, donner le maximum de précisions, notamment les objets qui s'y trouvent et ce qui s'y fait. À cet effet, le recours à la photographie peut être très utile (si des personnes sont présentes sur la scène à photographier, ne pas oublier de demander leur autorisation).

2. à propos des « conversations »

2.1. À ce stade, nous préférons parler de « conversations » plutôt que d'« entretiens ». Il s'agit en effet plutôt de compléter des observations par quelques éléments d'information recueillis auprès des acteurs sociaux présents dans les espaces que nous observons.

On pourrait distinguer deux types de « conversations » : celles que nous provoquons par nos questions et celles que nous saisissons en prêtant l'oreille aux échanges verbaux entre les acteurs sociaux présents.

Dans le premier cas, il convient de considérer que les données recueillies sont des représentations que les acteurs sociaux que nous questionnons se font à propos des sujets qu'ils abordent, alors que dans le second cas il s'agit de saisir sur le vif le contenu d'une interaction de la vie quotidienne.

Le mode de citation (et d'analyse) de ces deux types de « conversations » doit tenir compte de cette différence. Dans le premier cas, on écrira par exemple : « Selon João, âgé d'environ 50 ans, écailleur ayant une longue expérience de travail, la plupart des clients du marché aux poissons sont de nationalité mozambicaine ». Une observation centrée sur cette question permettrait de confirmer ou d'infirmer cette affirmation.

2.2. Quand on recueille les propos de plusieurs personnes, il est important de restituer précisément ce que chacune a dit, en l'identifiant le plus précisément possible (sexe, âge, emploi, éventuellement des éléments de sa biographie, mais aussi lieu et heure de la rencontre, attitude durant l'échange). Attention à la tendance à la synthèse ou à la généralisation hâtive, de type : « La plupart des personnes rencontrées pensent que... », ou à la présentation des points de vue à partir de pourcentages : « 80 % des personnes rencontrées pensent que... ».

CONSIGNES SPÉCIFIQUES POUR LE SOUS-GROUPE « RESTAURANTES » 1

L'objectif général est de commencer à décrire la clientèle des restaurants, ses comportements et les interactions entre les clients et différentes catégories de travailleurs.

Observations :

- quelles voitures garées au bord du trottoir devant le marché et sur le parking ?
- autres manières d'arriver au marché : en taxi, à pied (observation d'une trentaine de minutes)
- suivre le parcours de quelques clients depuis leur arrivée au marché : les décrire, décrire ce qu'ils font et qui ils rencontrent
- décrire les manières de faire des « chamadores de clientes » (avec les clients, mais aussi entre eux).

Conversations :

- avec des clients : que viennent-ils faire aujourd'hui au marché ? Fréquence de leur venue ? En quelles circonstances ? (bien rapporter les propos tenus, personne par personne)
- avec différentes catégories de travailleurs (identifier à chaque fois qui parle et rapporter la totalité des propos tenus) : comment caractérisent-ils la clientèle des restaurants et ses comportements (préparation de produits préalablement achetés sur le marché, choix des plats sur un menu, réservations préalables, etc...)
- avec les « chamadores de clientes » : qui sont-ils (éléments de biographie) ? comment décrivent-ils leur activité ? quelles relations ont-ils avec le restaurant pour lequel ils travaillent ?

CONSIGNES SPÉCIFIQUES

POUR LE SOUS-GROUPE « RESTAURANTES » 2

L'objectif général est de saisir les diverses activités liées à la restauration et d'identifier qui sont les employé-e-s qui s'y livrent.

Observations :

- Décrire les différents lieux de travail et le travail qui s'y fait : la cuisine, le service à table...
- Pour chacune des fonctions, qui sont les travailleurs (nombre, sexe, âge...) ?
- Identifier d'autres activités liées à cet espace de restauration, par exemple la mise en place des tables, des chaises et des parasols, le nettoyage, etc...

Conversations :

- Petites histoires de vie des travailleurs
- Composition d'une équipe de travail dans un kiosque de restauration (prendre plusieurs exemples selon la taille du restaurant)
- Les commandes passées par les clients : comment ça se fait ? (Produits choisis par les clients dans le marché, puis préparés par le resto ; commandes sur un menu. Dans chacun des cas, comment sont établis les prix ?)

CONSIGNES SPÉCIFIQUES POUR LE SOUS-GROUPE « VENDA DE PEIXES E DE MARISCOS » 1

L'objectif général est de décrire l'activité de vente (face à face vendeurs / acheteurs)

Observations :

- Décrire les produits vendus et leur mode de présentation : les étalages (ceux qui sont occupés, ceux qui sont vides)
- Qui sont les vendeurs (nombre, sexe, âge) ?

Conversations :

- Avec les vendeurs et les autres travailleurs : description de leur activité du début à la fin d'une journée de travail. Comment caractérisent-ils leur clientèle ? (À chaque fois, identifier clairement qui parle et reproduire complètement ses propos. Pas de synthèse hâtive !)

CONSIGNES SPÉCIFIQUES POUR LE SOUS-GROUPE « VENDA DE PEIXES E DE MARISCOS » 2

L'objectif général est de décrire toutes les activités qui se déroulent sur le lieu hors du face à face vendeur/acheteur : manutention, préparation du poisson, propreté, contrôle, sécurité...

Observations :

- Décrire qui sont les travailleurs qui se livrent à ces activités et ce qu'ils font exactement.

Conversations :

- L'approvisionnement du marché : où et à qui sont achetés les produits vendus ?
- Les prix : prix d'achat/prix de vente. Comment sont-ils calculés ? «

2. « QUELQUES CONSEILS POUR LA PRÉSENTATION DU PREMIER COMPTE RENDU DE LA PREMIÈRE SORTIE SUR LE TERRAIN » (Note rédigée à l'issue du travail en salle de classe jeudi 5 octobre) :

« La durée de présentation des comptes rendus ne doit pas dépasser 10 minutes, afin de permettre à tous les sous-groupes de présenter leurs rapports et surtout d'ouvrir une discussion.

PLANS INDICATIFS

1. Pour le sous-groupe « VENDA DO PEIXES E DOS MARISCOS » 1

- description des espaces destinés à la vente (« as bancas ») : leur disposition, leur signalisation, l'identité des vendeurs, les produits vendus
- description de l'activité de vente (relations vendeurs/clients)
- présentation des conversations avec les travailleurs, sur les 2 thèmes :
 - . les représentations des travailleurs sur la clientèle
 - . « descrição da actividade do inicio até o fim do dia »
- autres données recueillies qui paraissent importantes
- comment envisager la suite de l'enquête : pourquoi et comment ?

2. Pour le sous-groupe « VENDA DO PEIXES E DOS MARISCOS » 2

- description des espaces non destinés à la vente de poissons et de crustacés : leur localisation, les installations, les outils utilisés
- description des activités non liées directement aux échanges vendeurs/clients
- présentation des conversations concernant l'approvisionnement du marché et la fixation des prix d'achat et des prix de vente
- autres données recueillies qui paraissent importantes
- comment envisager la suite de l'enquête : pourquoi et comment ?

3. Pour le sous-groupe « RESTAURANTES » 1

- description de la clientèle des restaurants (= de qui est-elle composée ?) et de ses modes de présence sur l'espace restauration depuis leur arrivée sur le site jusqu'au moment où ils s'installent à une table (= qu'est-ce que les clients font ?)
- description de l'activité des « chamadores de clientes »
- présentation des conversations
 - . avec les clients (leur mode de fréquentation du site)
 - . avec les travailleurs sur la façon dont ils se représentent la clientèle et ses façons de faire
 - . avec les « chamadores de clientes »
- autres données recueillies qui paraissent importantes
- comment envisager la suite de l'enquête : pourquoi et comment ?

4. Pour le sous-groupe « RESTAURANTES » 2

- description des espaces destinés à la restauration
- description des activités liées à la restauration
- présentation des conversations
 - . petites histoires de vie des travailleurs
 - . composition des équipes de travail dans les kiosques de restauration
 - . les différentes manières de passer les commandes aux restaurants
- autres données recueillies qui paraissent importantes
- comment envisager la suite de l'enquête : pourquoi et comment ? »

3. « LES PREMIERS THÈMES DE RECHERCHE ÉMERGENTS » (Note rédigée le jeudi 5 octobre à l'issue de la présentation des comptes rendus de la première sortie sur le terrain le mardi 3 octobre) :

« Ce jeudi 5 octobre, les étudiant-e-s des deux sous-groupes « RESTAURANTES » et des deux sous-groupes « VENDA DE PEIXES E DE MARISCOS », après avoir disposé d'un peu plus d'une heure pour mettre en commun les données qu'ils avaient recueillies mardi 3 octobre, ont présenté le compte rendu de leur première sortie sur le terrain (MERCADO DO PEIXE).

Selon moi, les résultats de leurs enquêtes permettent de dégager quatre thèmes de recherche, dont les intitulés provisoires pourraient être :

- . « Les travailleurs du secteur de la restauration » ;
- . « La clientèle de la restauration » ;
- . « Première typologie des vendeurs/vendeuses présent-e-s sur le Mercado do Peixe » ;
- . « Les logiques des acteurs face aux contraintes imposées ».

Pour progresser, les étudiant-e-s devraient rassembler toutes les données qu'ils ont déjà recueillies sur ces quatre thèmes et les compléter à partir d'une liste de points sur lesquels leurs données sont insuffisantes ou inexistantes.

L'objectif de ce texte est de proposer des orientations de travail dans ce sens.

1. Les travailleurs du secteur de la restauration

Premières données recueillies

Les données les plus significatives sont celles obtenues dans les courtes conversations que les étudiant-e-s ont eues avec les travailleurs / travailleuses du secteur.

Seules quelques conversations ont été présentées :

Une jeune femme de 27 ans qui effectue différentes tâches (« faztudo »),
Une femme de 40 ans (kiosque 10) qui a 14 ans d'ancienneté,
La gérante d'un kiosque,
Guilherme, un autre gérant,
Serena, qui a 9 ans d'ancienneté,
Rodrigues,
Vasco...

De nombreuses autres conversations ont été effectuées. Il faudrait en donner la liste complète. Comme pour les premières conversations présentées, il conviendrait de les présenter de la façon suivante :

- Où, quand et comment le travailleur / la travailleuse a été contacté-e ?
- Éléments de sa biographie
- Reproduction intégrale de ses propos

Ces premières données recueillies permettent :

- d'ébaucher une première esquisse (non exhaustive) de la répartition des tâches :

- . Gestion
- . Nettoyage des espaces de restauration
- . Mise en place des espaces de restauration (tables, chaises, parasols, décoration des tables, disposition des couverts)
- . Achat des produits à préparer (poissons et crustacés)
- . Cuisine
- . Recherche de clientèle (« chamadores de clientes »)
- . Service de table

Il serait souhaitable de compléter cette liste de tâches, notamment celles qui surviennent après les repas : débarrasser les tables, faire la vaisselle.

- de distinguer plusieurs types de restaurants, selon leur taille (d'un à trois kiosques) et leur classement par les travailleurs (VIP / non VIP) et par la clientèle (présentation plus ou moins « raffinée »).

Il est donc souhaitable dans la suite de l'enquête de distinguer ces différents types de restaurants et de mener des enquêtes dans 3 ou 4 restaurants de nature différente pour pouvoir faire une première comparaison des situations. Dans les cas qui ont été mentionnés, la composition des équipes de travail varie de 4 à 9 personnes.

Formulation de premières questions de recherche

. Le recrutement des travailleurs. Si un certain nombre était déjà employé dans l'ancien marché aux poissons, il y a quelques nouveaux : comment ont-ils été recrutés ?

. Les horaires de travail qui pourraient varier selon les charges de travail (beaucoup de clients pendant les week-end et les jours fériés). Les temps de repos (jours pendant la semaine ? heures pendant la journée ?)

. La division du travail : Est-il général que ce sont des hommes qui s'occupent des cuissons (usage de « grelhas », cuisson au feu de bois) et plus généralement de la cuisine ?

. Les rémunérations : dépendent-elles des chiffres d'affaires réalisés au jour le jour ou existent-ils des salaires fixes ? Y a-t-il une hiérarchie des salaires ? Établie selon quels critères (ancienneté, spécialisation...)?

Quelques orientations de travail

Pour continuer l'enquête, il serait souhaitable que les étudiant-e-s :

- se concentrent, si cela est possible, sur quelques kiosques (entre 2 et 4), ceux dont l'accès aux travailleurs/travailleuses est le plus facile, et si possible de tailles différentes ;

- établissent une liste des données qu'il serait utile de recueillir auprès des informateurs : organisation du travail / conditions de travail / comparaison avec l'ancien marché / ...

- réalisent des entretiens sur les conditions de travail, complétés par des éléments de biographie.

2. La clientèle du secteur de la restauration

Premières données recueillies

Une des difficultés est liée au créneau horaire choisi pour cette première sortie sur le terrain (8 heures - midi). Les clients pour la restauration commencent à arriver vers 11 H 30. Il n'a donc pas été possible d'obtenir des données auprès de la clientèle. Les informations recueillies concernent principalement les « chamadores de clientes » et les représentations de la composition de la clientèle que se font les personnes qui travaillent dans la restauration.

Concernant les « chamadores de clientes », il semble qu'il en existe deux catégories :

- Les « chamadores de clientes clandestinos » qui ne sont pas liés à un établissement particulier et qui reçoivent une petite commission du gérant de l'établissement chaque fois qu'ils lui ramènent des clients ;

- Les « chamadores de clientes officiels » qui sont membres d'une équipe d'un kiosque.

Une partie importante de la clientèle du kiosque de Dona Ana semble être sud-africaine blanche.

Formulation de premières questions de recherche

- Quelles sont les relations entre les « chamadores de clientes clandestinos » et les « chamadores de clientes officiels » ?

- Quels sont les autres moyens d'attirer la clientèle : bouche à oreille, réseaux sociaux, rôle des entreprises qui patronnent le marché aux poissons (BCI, Vodacom, 2 M) ?

- Les différentes représentations des différentes clientèles sur la restauration, et leurs modes de fréquentation des lieux.

Quelques suggestions pour orienter le travail

. Accompagner quelques groupes de clients pendant quelques minutes dès leur arrivée au marché aux poissons pour décrire ce qu'ils font.

. Pratiquer des comptages : par exemple du nombre de personnes attablées dans chacun des kiosques à une heure déterminée. Renouveler l'opération une heure plus tard. Faire le relevé pour chaque kiosque et ne pas additionner les résultats. Essayer en même temps d'établir une typologie des clients (familles, groupes d'amis, étrangers résidant au Mozambique, touristes...) selon les kiosques fréquentés.

. Faire des entretiens avec des clients pour leur demander à quelle occasion ils viennent déjeuner ici aujourd'hui, s'ils viennent souvent, dans quelles circonstances...

. Faire un relevé et une analyse de la communication des restaurants qui utilisent les réseaux sociaux en utilisant un moteur de recherche sur internet

. Dans la mesure où, à plusieurs reprises, des comparaisons sont établies entre l' « antigo mercado » et le nouveau marché, mener des enquêtes auprès de vos amis et de membres de vos familles à partir des questions suivantes :

- Fréquentiez-vous l'ancien marché aux poissons ?
- Fréquentez-vous le nouveau marché aux poissons ?
- Si non, quelles sont vos raisons ?

3. Première typologie des vendeurs/vendeuses présent-e-s sur le Mercado do Peixe »

Une partie de la richesse de l'enquête réalisée par le sous-groupe « VENDA DE PEIXES E DE MARISCOS » 1 provient de la précision des données rapportées par l'observation des interactions entre vendeurs et clients autour des « bancas », notamment des stratégies de vente des vendeurs/vendeuses (soins pour mettre en évidence la qualité de leurs produits, attitudes souriantes envers les clients, efforts pour dire quelques mots dans leurs langues, ajustement des prix selon les représentations que l'on se fait du pouvoir d'achat des clients...).

Cependant, ce qui m'est apparu le plus intéressant dans le rapport de ce groupe sont les conversations que les étudiant-e-s ont menées avec quelques un-e-s des vendeurs/vendeuses.

S'il est vrai que pour des yeux extérieurs, ceux des clients par exemple, les vendeurs/vendeuses ne se distinguent que par leur sexe, leur âge et la nature des produits qu'ils/elles vendent (malgré les différences indiquées ci-dessus, j'avancerai l'idée d'une identité commune liée à leur fonction comme vendeurs/vendeuses sur le marché), les réponses que ces vendeurs/vendeuses ont pu faire concernant leur quotidien (description d'une journée de travail) font apparaître une grande diversité de situations. Cette diversité apparaît principalement quand les vendeurs/vendeuses racontent la manière dont ils s'approvisionnent en produits. Apparaît alors toute une série de situations qui les différencient les un-e-s des autres (produits commercialisés différents selon les sexes, vendeurs/vendeuses agissant pour leur propre compte ou employé-e-s à des titres divers par le titulaire de la « banca », revente à l'extérieur du marché d'une partie des produits acquis, etc...).

Compte-tenu de l'intérêt des propos tenus, la transcription de la totalité des informations contenues dans les conversations déjà tenues (seules 5 des conversations ont été rapportées sur les dix tenues) me paraîtrait utile.

Au delà, il me semblerait très intéressant de poursuivre ces conversations :

- si possible en complétant celles qui ont déjà eu lieu,
- en tentant d'établir d'autres conversations avec d'autres vendeurs/vendeuses.

Ces conversations devraient viser à donner la parole aux interlocuteurs/interlocutrices sur deux points :

- « Racontez-moi dans quelles circonstances vous êtes devenu-e-s vendeurs/vendeuses de poissons et de crustacés ? » ;
- « Pouvez-vous me décrire (le plus précisément possible) quels sont les produits que vous vendez sur le marché et comment vous vous les procurez ? »

L'analyse des réponses pourraient permettre d'établir une première typologie des vendeurs/vendeuses présent-e-s sur le Mercado do Peixe, au-delà des fonctions qu'ils/elles occupent au moment de l'acte de vente.

4. Les logiques des acteurs face aux contraintes imposées

Les étudiant-e-s du sous-groupe « VENDA DE PEIXES E DE MARISCOS » 2 ont présenté des observations assez précises à propos des activités qui ont lieu en dehors des interactions directes vendeurs/clients. Ils/elles en ont décrit les lieux, le déroulement au moment des observations, les instruments utilisés, et ont donné quelques indications sur les personnels concernés.

Concernant les personnels employés, trois points ont retenu mon attention :

- Le compromis réalisé à propos des écailleurs, initialement prévus pour être 10, afin d'intégrer les 8 autres de l'« antigo mercado » qui avaient été exclus des attributions de places,
- Le fait que pour le nettoyage, des cinq personnes qui se livrent à cette activité, 3 sont employées par une société privée (Soclean) sous contrat avec la municipalité de Maputo, les deux autres étant employés directement par la ville ;
- L'administration est composée de 4 personnes : deux Mozambicains et deux Japonais.

Les étudiant-e-s se sont émus de l'existence de « trabalho infantil ».

Ils/elles ont recueilli quelques éléments d'information sur la gestion du marché, notamment ses règlements (le plus souvent mal perçus par les travailleurs/travailleuses, qui en outre se plaignent de l'absence de sécurité) :

- taxe mensuelle de 900 mêticaïs pour les titulaires d'une « banca » et pour « les esquamadores » ;
- taxe quotidienne de 20 mêticaïs pour ceux qui travaillent dans l'espace de vente ;
- licences produit par produit pour autoriser les ventes dans le marché ;
- Contrôle serré par les fiscaïs et amendes.

Quelques données intéressantes sont également apparues concernant les prix d'achat des produits et ceux de leur revente sur le marché :

- 1 sac d'ameijoas acheté 20 MT à Xefina (+ aller-retour en bateau : 20 MT) revendu 200 MT,
- des crabes achetés pour une valeur de 230 MT et revendus 350.

Compte tenu de l'importance des réactions négatives manifestées à l'encontre des contraintes suscitées par l'organisation et les réglementations du nouveau marché et compte tenu de l'intérêt des informations recueillies concernant la façon dont les travailleurs/travailleuses y font face, il me paraît intéressant d'orienter le travail autour des questions suivantes :

- quelles sont les pratiques issues des habitudes prises et des savoirs acquis à l'époque du « antigo mercado » qui résistent à la nouvelle organisation du marché ?
- quel-le-s sont les dispositifs/stratégies mis-e-s en place par les travailleurs/travailleuses pour échapper ou tout au moins contourner les règlements en vigueur ?

Autrement dit la recherche pourrait s'intituler provisoirement : « Les logiques des acteurs face aux contraintes imposées »

Sur le plan méthodologique, j'ai insisté sur les points suivants :

- décrire les situations dans lesquelles les observations ont été réalisées et les façons dont tel ou tel informateur a été contacté ainsi que l'attitude qu'il a manifesté durant l'interaction. Ces indications sont à prendre en compte au moment de l'interprétation des données recueillies.
- Attention aux généralisations hâtives : on ne peut pas inférer à partir d'un seul exemple.
- Quand deux informations semblent contradictoires, le problème n'est pas de savoir quelle est la bonne, mais de comprendre pourquoi il y a une contradiction. »

4. QUELQUES RÉFLEXIONS AUTOUR DES COMPTES RENDUS PRÉSENTÉS LE LUNDI 9 OCTOBRE (Note rédigée à l'issue du travail en salle de classe le lundi 9 octobre)

« En séance plénière, les quatre groupes ont présenté leurs comptes rendus des enquêtes réalisées le vendredi 6 octobre. Aurélio et moi avons commencé à donner des indications sur ce que serait la suite du travail, orientée vers l'élaboration de petits rapports (provisaires) dans la séance de bilan final prévue le jeudi 12 octobre.

Chacun des 4 petits rapports (un pour chaque groupe) devrait mettre en évidence une idée forte apparue au cours de l'enquête de terrain.

Par exemple (Il s'agit bien d'exemples, pas de consignes !):

- Les conditions de travail des personnels de cuisine et de service doivent permettre de s'adapter aux fluctuations de l'activité, déterminées en partie par les conditions météorologiques (vent et pluie) ou encore par les pratiques de fréquentation des clients qui, par exemple, peuvent s'attarder le soir après leur repas (**sous-groupe « restauration » 1**)

- Malgré leur forte présence à l'entrée des espaces de restauration du marché aux poissons, les « chamadores de clientes » (dont certains préfèrent se définir comme « angariadores de clientes ») sont loin d'être les principaux pourvoyeurs de clients de tous les restaurants, à considérer l'importance que joue dans le choix des restaurants les liens préalables qui peuvent exister entre clients et personnel de restauration (souvent acquis à l'époque de l'« antigo mercado ») ou encore le « bouche à oreille » des clients satisfaits (**sous-groupe « restauration » 2**).

- Les vendeurs/vendeuses du marché semblent partager une certaine identité de condition si l'on s'en tient à l'observation des interactions autour de l'acte de vente dans le marché. Mais les conversations avec eux/elles ont révélé une grande diversité de situations selon la nature des produits vendus et les modes d'acquisition de ces produits (**sous-groupe « vente des poissons et des crustacés » 1**).

- L'observation du fonctionnement concret de l'espace de vente des poissons et des crustacés met en évidence la confrontation de deux mondes : celui des concepteurs du marché, qui se veut fonctionnel et rationnel et qui est encadré par des règlements bureaucratiques (= « *marché formel* »), et celui des acteurs qui font vivre le marché au jour le jour en essayant de maximiser leurs intérêts (« *constructions individuelles* »), en adaptant aux conditions nouvelles des pratiques et des savoirs acquis le plus souvent à l'époque de l'« antigo mercado » et en contournant les règlements que l'administration pense pouvoir imposer (« *stratégies d'utilisation de l'espace* ») (**sous-groupe « vente des poissons et des crustacés » 2**).

Les rapports devraient être rédigés de manière à ce que les auditeurs et les lecteurs disposent des éléments d'information pertinents concernant la question abordée (**et seulement de ceux-ci**) et que soient présentés en forme d'argumentaire les données de terrain qui fondent l'idée défendue.

Les données de terrain à recueillir dans la troisième et dernière journée sur le terrain dans le cadre du stage intensif doivent permettre d'atteindre ces objectifs : conforter (ou nuancer) la thèse qui va être soutenue et disposer des éléments nécessaires à sa démonstration.

Quoiqu'il en soit, il me paraît que les données suivantes devraient être recueillies en priorité :

S'agissant du sous-groupe « restauration » 1 :

- La description des activités (des tâches) liée à la préparation des plats et au service des clients doit être beaucoup plus précise.
- Les informations sur le recrutement des nouveaux salariés, ceux qui ne viennent pas de l'« antigo mercado », lié à la question du probable « turn over », méritent d'être approfondies.
- Comment les employés eux-mêmes se restaurent au cours d'une journée de travail ?
- Comment fait-on face aux pics d'activité ?
- Qu'est-ce qui se passe pour les travailleurs quand le marché est fermé, notamment concernant leur rétribution ?

S'agissant du sous-groupe « restauration » 2 :

- Un effort doit être fait pour mieux décrire la diversité des restaurants, pas seulement à partir des définitions « type 1 », « type 2 », « type 3 », mais en prenant en compte leur localisation, leur décoration, les menus proposés (dont je ne suis pas si sûr qu'ils soient identiques d'un restaurant à l'autre !).
- Chercher à évaluer l'importance des « chamadores de clientes » par rapport à la fréquentation des restaurants. Voir par exemple sur une période donnée (une demie-heure) combien de clients sont amenés dans un restaurant par les « chamadores » ou encore interroger des « chamadores » sur combien de clients ils ont réussi à recruter pour « leur » restaurant la journée précédente ou les deux jours précédents ?
- Continuer à suivre quelques clients depuis leur arrivée au marché pour voir comment est déterminé leur choix d'un restaurant.

S'agissant du sous-groupe « vente des poissons et des crustacés » 1

- Reprendre les conversations avec les vendeurs/vendeuses autour des deux thèmes précédemment énoncés :
 - . Les circonstances dans lesquelles on est devenu vendeur de poissons, de crustacés ou de légumes.
 - . Comment et où se procure-t-on les produits que l'on va vendre (bien préciser dans chaque cas, quels sont ces produits) ?
- Ajouter peut-être deux questions :
 - . Tous les produits achetés sont-ils vendus uniquement sur le marché ?
 - . Que fait-on des produits qui ne sont pas vendus ?

S'agissant du sous-groupe « vente des poissons et des crustacés » 2

Bien penser aux points à aborder avec l'administratrice (ou à d'autres fonctionnaires de l'administration) :

- . Tenter de connaître tous les règlements qui existent, si possible en disposant de documents écrits.
- Savoir quelles sont les difficultés d'application de ces règlements selon l'administration, **à partir d'exemples concrets.**
- Comment l'administration explique ces difficultés ? »

