

SITUAÇÃO PROFISSIONAL DOS EGRESSOS DA PRIMEIRA E SEGUNDA TURMA DO CURSO DE TURISMO DA FACULDADE ESTÁCIO DE SÁ DE OURINHOS-SP

Fernando Rosini¹

Alida Rita Saona Ferreyros²

Resumo: O mercado de trabalho encontra-se muito competitivo e seletivo, exigindo profissionais capacitados. Devido a isto, existe a necessidade de saber como este está recebendo os recém-formados em Turismo. Buscou-se, neste trabalho, evidenciar onde os profissionais egressos, da primeira e segunda turma do curso de Turismo da Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos-SP (FAESO), encontravam-se inseridos no mercado de trabalho. Para se chegar a esses resultados, foi realizada uma pesquisa quantitativa através de perguntas objetivas com os recém-formados de Turismo da FAESO e mercado de trabalho local. Com esses dados estatísticos levantados, observou-se que a maioria dos egressos em Turismo não estão atuando na área, e dos que atuam, constatou-se que apesar da baixa remuneração salarial, afirmam estar satisfeitos em relação ao reconhecimento profissional. E, o mercado local entrevistado mostrou desconhecimento sobre a importância do turismólogo.

Palavras-chave: Turismo, Turismólogo, Mercado de trabalho.

Resumen: El mercado de trabajo se encuentra muy competitivo y exigente. Por esto, existe la necesidad de saber como este está recibiendo los recién-formados en Turismo. Se buscó, en este artículo, evidenciar donde los profesionales egresos de turismo de la Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos-SP (FAESO), se encuentra inseridos en el mercado de trabajo. Para llegar a los resultados, fue realizada una pesquisa con los reciénformados en Turismo de FAESO y con el mercado de trabajo local. Con estos datos estadísticos se observó que la mayoría de los egresos en turismo no están actuando en él area, asociado al desconocimiento del mercado local sobre la importancia de este profesional.

Palabras llave: Turismo, Turismologo, Mercado de trabajo.

¹ Aluno do 8º termo do curso de Turismo da Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos-SP. E-mail: FER.ROSINI@IG.COM.BR .

² Coordenadora e professora do Curso de Turismo da Faculdade Estácio de Sá. Graduada e Mestre em Turismo pela Unibero. E-mail: alida@faeso.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho está muito competitivo e exigindo profissionais capacitados e habilitados a exercer suas atribuições. Em virtude disso, a inserção no mercado de trabalho torna-se um desafio muitas vezes difícil de se transpor. Devido a essa dificuldade de inserção no mercado de trabalho, surgiu interesse de investigar se os turismólogos, recém-formados da Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos-SP, estão tendo seus serviços absorvidos pelo mercado de trabalho.

A pesquisa teve o objetivo de evidenciar as áreas de atuação em que os turismólogos estão inseridos, qual o ramo do Turismo que mais absorve essa mão-de-obra e a importância destes para o mercado de trabalho turístico local. Este trabalho poderá contribuir para o fornecimento de dados estatísticos mais abrangentes sobre os turismólogos e o mercado de trabalho turístico, na cidade de Ourinhos-SP.

Para elaboração do trabalho, foi adotada como metodologia uma pesquisa quantitativa, por meio de questionário semi-aberto com ex-alunos que se formaram na 1ª e 2ª turma do curso de Turismo da Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos-SP de um total de 50 (cinquenta) egressos, destes 44 (quarenta e quatro) foram entrevistados através de contato telefônico, visto que 06 (seis) não foram localizados para a aplicação da pesquisa; além de 06 (seis) empreendedores do ramo turístico da cidade de Ourinhos-SP. Estes responderam a um questionário semi-aberto, para que pudéssemos melhor entender a visão desses empreendedores em relação ao profissional turismólogo.

Este trabalho teve como pergunta-problema: “O mercado de trabalho turístico absorve os recém-formados em turismo? Onde?”. Como hipóteses para a pergunta problema foram definidas:

- ♣ Não, a maioria dos profissionais recém-formados em Turismo estão atuando fora da área.

- ♣ Sim, o setor hoteleiro absorve a maioria dos recém-formados.
- ♣ Não, porque o mercado de trabalho não conhece a capacidade intelectual e técnica dos profissionais formados em Turismo.

Portanto, este trabalho visa também contribuir para a edificação do conhecimento, no que diz respeito à educação superior na área do Turismo.

2. TURISMÓLOGO E O MERCADO DE TRABALHO

O termo turismólogo surgiu no início da década de 1970, com o objetivo de caracterizar uma formação acadêmica que começava a surgir cientificamente com o curso superior de Turismo.

MATIAS (2002, p. 33) informa que: “os bacharéis em Turismo começaram a se organizar como categoria profissional, quando foi criada em 17/10/1978, a Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo do Rio de Janeiro – ABBTUR/RJ.”

Mas essa designação profissional “turismólogos” não é regulamentada legalmente, segundo TRIGO (2005, p. 181):

Essa falta de amparo legal causa concorrência de profissionais formados em outras áreas do conhecimento na disputa pelo mercado de trabalho, provocando, nos bacharéis de turismo, insegurança e insatisfação em relação a sua área de formação e atuação.

Verificamos que a regulamentação profissional do setor é fundamental para assegurar ao turismólogo seus direitos e deveres perante a sociedade.

NETO (2002, p. 106) destaca o Turismo como “atividade receptora de divisas e geradora de oportunidades de emprego”, e ainda descreve sobre seu reconhecimento nos últimos anos: “O Turismo vem sendo cada vez mais reconhecido nos últimos anos como um instrumento de desenvolvimento dos povos, em virtude de que os beneficiários diretos da atividade são os próprios residentes.”

Levando-se em conta que o Turismo, acontecendo de forma organizada e sustentável, possibilitará que benefícios para a população local ocorram, já que o turismo é uma atividade que necessita de mão de obra especializada..

O mercado turístico exige algumas habilidades por parte de seus profissionais, tais como domínio de idiomas (principalmente Inglês e o Espanhol), conhecimento básico de números estatísticos, História e Geografia. Não só a parte acadêmica é suficiente, mas atividades complementares se farão necessárias como: leitura de assuntos do setor, cursos extracurriculares, cursos de pós-graduação, participação em congressos/seminários e estágios profissionais. Todos esses complementos fazem com que o profissional adquira mais conhecimento; torne-se mais preparado e capacitado para a profissão.

O profissional em Turismo vai sempre se deparar com novas realidades em mercado, o qual se transforma rapidamente, pois novas tecnologias surgem e os aumentos no setor terciários da economia são evidentes.

E, ainda ANSARAH (2002, p. 41) ressalta que: “para uma atuação eficaz nas empresas do setor, além de competência, o profissional precisará determinação, criatividade, visão, disposição para inovar, confiança em si mesmo e nas suas idéias, paciência e preparação apropriada.”

O mercado de trabalho encontra-se muito exigente e seletivo; a busca por profissionais com melhor qualificação é constante. Então, identificação com a área de atuação, agregada a habilidades específicas da área, podem se tornar um diferencial positivo, pois fazer algo com que não se tem prazer nem afinidade é difícil, ainda mais se tratando do Turismo.

Essa capacitação exigida ao profissional da área do Turismo será adquirida não só com o ensino superior, mas também com vivências na prática e aptidões próprias para o sucesso na área.

Segundo NETO (2002, p. 105) :

Alguns pontos necessários para que o turismo forme profissionais capacitados para colaborarem de maneira ativa no desenvolvimento do turismo no país, são:

- ♣ Elevar a qualidade do ensino nas escolas de turismo e hotelaria.
- ♣ Promover a integração entre as entidades docentes e as empresas do setor turístico em todo o país.
- ♣ Estimular as instituições de ensino a aprimorar o nível acadêmico de seus currículos.

Para que se alcance essa integração com qualidade entre mercado e profissional, é necessária a interatividade entre as instituições de ensino, mercado de trabalho e o governo para melhorar o nível de todos, fortalecendo os recursos humanos da indústria, tornando o turismo cada vez mais profissional e aceito na sociedade; visto o setor estar em constante evolução, principalmente com aumento da demanda nacional.

Na década de 70, segundo REJOWSKI (2002, p. 137), o mercado de trabalho para os turismólogos, “restringia-se ao trinômio agência de viagens-hotelariatransporte”.

Essa restrição devia –se ao fato do mercado consumidor ser pouco exigente e da falta de estrutura no mercado turístico que pudesse proporcionar novas atribuições ao profissional do Turismo.

ANSARAH (1999, p. 17), já por sua vez relata mudanças no mercado consumidor turístico:

... o desenvolvimento tecnológico dos transportes, o maior tempo livre e as melhores condições econômicas das pessoas, aliados à necessidade de evasão, de fuga dos grandes centros(como forma de recuperação do equilíbrio físico e espiritual de seus moradores), alteram o setor turístico.

Complementando, HOLLANDA(2003, p. 08) , comenta sobre as oportunidades do Turismo:

As adversidades de vida contemporânea- o ritmo estressante das grandes cidades, a competição no trabalho, a poluição, a violência- levam o homem urbano a buscar uma compensação. Tirar férias, viajar, é uma delas. E isso torna excelentes as oportunidades de negócios para os profissionais de turismo.

Os dois relatos acima só comprovam que as pessoas têm cada vez mais motivos para procurar os serviços da indústria turística , proporcionando novas áreas de atuação para o profissional de turismo.

Em relação à área de atuação, ANSARAH (2002, p. 41), diz que

o Turismo abrange empresas com atividades de várias naturezas, como prestação de serviços em hospedagem, transporte, agenciamento, alimentação, entretenimento, eventos, planejamento. A principal função dessas empresas, entretanto, é de proporcionar a satisfação dos desejos e necessidades dos turistas, obtendo lucro por meio de suas atividades, como em qualquer nicho econômico. São

tarefas complexas que exigem a atuação de profissionais especializados, com conhecimento e formação para área- os bacharéis em turismo.

Isso demonstra que o profissional de turismo tem grande responsabilidade, pois ele vai ter uma grande participação, para que sonhos sejam realizados, através da execução de suas atribuições profissionais, fazendo com que o cliente alcance sua total realização e satisfação, tornando aquela experiência inesquecível. Atingindo esses pontos, o sucesso profissional é só uma consequência.

O Turismo tem grande característica empreendedora, com uma diversidade de serviços que podem ser abertos em praticamente todo o mundo, respeitando-se as leis locais. No Brasil, esse campo é vasto e oferece inúmeras oportunidades em praticamente todas as regiões.

Conforme dito antes, o bacharel em Turismo está descobrindo outras áreas dos segmentos tradicionais para sua atuação no mercado de trabalho, como podemos ver na tabela abaixo, a autora descreve às áreas de atuação dos turismólogos e o critério usado para segmentar o mercado turístico.

Estamos vivendo em tempos de profunda transição: o que é válido hoje, amanhã pode passar a ser obsoleto, não respondendo mais as necessidades dos turistas, desta forma, percebemos também que seja importante mostrar ao leitor às novas tendências do Turismo, além das tradicionais que observamos na tabela acima, então novos segmentos serão a seguir descritos por TRIGO (2005, p. 290):

Segmento de turismo científico, esse segmento atrai pessoas que estão se interessando em embrenhar mato adentro à procura de morcegos ou chafurdar em pântanos à caça de sapo e cobra. Nos últimos quatro anos, pelo menos 700 pessoas entre 18 e 80 anos vieram ao Brasil graças a esse segmento.

Conforme citação acima, o turismo científico busca despertar nas pessoas a necessidade de preservação ambiental, que acontece através de visitas a florestas em busca de estudar e apreciar a fauna e a flora do local.

E continua TRIGO (2005, p.290): “ segmento de intercâmbio cultural, engloba não somente as práticas comerciais, mas principalmente o ser humano sujeito de ação, com suas atividades, sentidos, idiossincrasias, experiências, culturas e modo de viver”.

Para TRIGO (apud GIARETTA, 2000, p.36): “o mercado convencionou

como intercâmbio toda e qualquer viagem de estudos de idiomas, cursos de área específica, estágios no exterior, trabalho remunerado, ou seja, toda e qualquer viagem com a função de agregar algum conhecimento”.

Esse segmento vem como forma das pessoas enriquecerem, através do intercâmbio, seus conhecimentos com a cultura, hábitos e idiomas de outros países, através do turismo.

Turismo Pedagógico, segundo TRIGO (2005, p. 292) :

Envolve atividades voltadas à educação, ao aprendizado, ao conhecimento de “algo” que possa acrescentar ao turista , isto é, que possibilite a ele ter uma visão da realidade. Esse segmento requer atenção e profissionalismo, por parte de seus planejadores. A viagem de estudo tem a capacidade de promover o desenvolvimento humano, social e educacional, podendo servir de ensino.

Este tipo de turismo conforme relata a autora é geralmente realizado, durante o período letivo, quando os alunos passam a associar a teoria com a prática em destinos escolhidos como: restaurantes, museus, pontos de contato com a natureza. Os alunos assumem o papel de turistas temporários.

Segmento de Enoturismo, TRIGO(2005, p. 294) define como:

se fundamenta na viagem motivada pela apreciação do sabor e aroma de vinhos e das tradições e tipicidade das localidades que produzem a bebida. A idéia é transformar o vinho em um evento cultural e, ao mesmo tempo, mostrar aspectos históricos e culturais das regiões que o fabricam.

Os turistas, nesse segmento, apreciam todo o processo de fabricação do vinho desde a colheita da matéria-prima (uva), até o engarrafamento do produto. O enoturismo, além de proporcionar informações culturais, serve como um complemento na renda dessas regiões produtoras de vinho e receptoras de turistas, ajudando assim no desenvolvimento dos pólos receptores.

O Turismo de Golfe, conforme TRIGO(2005, p. 295) :

O interesse pela prática do golfe no Brasil vem crescendo ano a ano e há muitos empreendimentos turísticos com estrutura de qualidade similar aos campos europeus e americanos para a prática do esporte em nosso país. Já se observa que o aumento é significativo e a atividade vem ganhando força, aparecendo novos adeptos a cada dia.

Percebemos que se trata de uma atividade rentável, pois, segundo TRIGO (2005, p. 295), “esses turistas chegam a consumir, em média por ano, cerca de US\$ 26,1 bilhões em viagens para praticar o esporte” que está levando alguns empreendedores internacionais a investirem no país.

Turismo Espacial surge devido ao sonho do ser humano de chegar às estrelas, conhecer os anéis de Saturno, os canais de Marte... E, ainda TRIGO (2005, p. 296) e diz:

Nos Estados Unidos por cerca de US\$ 4 mil , os candidatos embarcam em um Boeing 727 cargueiro especialmente preparado para servir de “ônibus espacial”. Após atingir, uma altura que varia entre oito e dez mil metros, o avião inicia uma série de subidas e descidas em Ângulo bem inclinado, as parábolas. O efeito de gravidade zero se dá por 25 a 30 segundos quando a aeronave está no topo dessas curvas. É aí que o passageiro flutua. Os vôos duram aproximadamente duas horas e incluem vinte parábolas.

Esse é um tipo de turismo, caro para a maioria das pessoas, mas que tem adeptos; este segmento deve ter maior projeção após a viagem do ônibus espacial Discovery, em julho de 2005.

O mercado turístico passa a segmentar-se, pois a concorrência é cada vez maior, levando a necessidade de criação de diferenciais para que tenham a adesão e satisfação dos clientes. Essa segmentação de mercado variará de empresa para empresa de acordo com o tipo de produto que ela comercializará.

TRIGO (2005, p. 295) relata as causas que levam à busca por segmentos específicos de mercado:

- ♣ Mudança no direcionamento do marketing: hoje, a comunicação desperta a necessidade inconsciente das pessoas.
- ♣ Mudança no comportamento do cliente em relação ao consumo: ele não compra o produto antes de pesquisar.
- ♣ Necessidade de inovar, em virtude da recessão econômica mundial.

Essa segmentação de mercado torna-se cada vez mais importante, visto influenciar a estrutura de oferta e permitir melhor relação custo-benefício nos esforços de promoção, chegando com mais facilidade ao público alvo.

Segundo o MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO:

Atividade turística no país empregou 1.366.326 trabalhadores, enquanto a educação profissional em 2003 recebeu 18.691 matrículas e formou 7.176 pessoas . Isso leva a concluir que o desempenho da educação profissional para o turismo está muito aquém do desejado para melhorar a qualidade da prestação de serviços em turismo, pois, se considerarmos que os ingressantes e os concluintes da educação profissional estão empregados na atividade turística, eles representam 1,3% de trabalhadores que estão buscando formação e 0,5% dos já formados, para o trabalho.

Concluimos que a segmentação de mercado é uma consequência do mercado turístico, o qual se apresenta cada vez mais exigente e em contínua busca por inovações, sempre agrupando pessoas com os mais variados gostos, provocando a necessidade de capacitação profissional dos turismólogos para suprir a demanda desse nicho de mercado.

3. ENTREVISTA COM EMPREENDEDORES DO SETOR TURÍSTICO DA CIDADE DE OURINHOS - SP

Para melhor entendermos os empreendedores do setor turístico da cidade de Ourinhos-SP, elaboramos um questionário semi-aberto para sabermos o que estes pensam em relação ao profissional do Turismo, se eles tinham conhecimento da capacidade técnica e intelectual que os turismólogos possuem e também foram questionados se existem em seus quadros de colaboradores profissionais do setor turístico.

Os seis empreendedores entrevistados, sendo um do setor de transportes, um da área de entretenimento, um do setor de agência de viagem, um do ramo hoteleiro e dois do segmento de alimentos e bebidas. Estes foram selecionados aleatoriamente e constatou-se que estes empreendedores em sua grande maioria não têm conhecimento do grau de instrução que os profissionais em Turismo possuem e conseqüentemente não possuem esses profissionais em seus quadros de funcionários.

Quando estes foram questionados sobre qual o grau de importância para as empresas do setor turístico de contar com o profissional em questão, a maior parte foi coerente com suas respostas anteriores, pois não acham importante poder contar com este

profissional, não se preocupam com o nível de formação, mas, em possuírem mão-deobra não especializada e de menor custo.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As exigências do mercado turístico, associada a constantes mudanças e novas tendências desse mercado, só vêm a comprovar que todos os profissionais egressos do curso de Turismo têm uma responsabilidade de estar sempre preparados para se deparar com cobranças, além de ter obrigação perante a sociedade de provar sua capacidade, pois esta, infelizmente, ainda não reconhece a importância desse profissional.

Com o intuito de responder a nossa pergunta problema: *“O mercado de trabalho absorve os recém-formados em turismo? Onde?”*, foi realizada uma pesquisa quantitativa, com uma amostra de 44 egressos de um total de 50, na qual pode verificar que 45% dos entrevistados estão atuando na área do Turismo, percentual significativo visto que não nos encontramos em uma região considerada turística e muito menos em um país que ainda não aprendeu a valorizar e respeitar essa profissão. Apesar de esse percentual ser significativo, a maioria 55% encontra-se fora da área do turismo, o que comprova uma das hipóteses: *“A maioria dos profissionais recém-formados em Turismo estão atuando fora da área”*.

Quanto à área de atuação, foi confirmada outra hipótese que era: *“O setor hoteleiro abrange a maioria dos recém-formados”*, pois 35% dos egressos que atuam na área do turismo, estão atuando no setor hoteleiro e, houve um valor expressivo em relação ao interesse desses recém-formados em seguirem a área acadêmica, na qual segundo eles, a remuneração é maior em comparação a outros segmentos do mercado de trabalho, mas nós não podemos entender que isto seja a única saída para satisfação profissional destes, pois o país necessita da mão de obra desses bacharéis de Turismo em todos os segmentos do mercado turístico, para assim desenvolvermos um turismo planejado e sustentável. E, ainda em relação à área de atuação, o trabalho identificou, que não existe, por enquanto, nenhum profissional recém - formado em Turismo atuando na área de agência de viagens.

Outro fator relevante constatado foi que 45% dos entrevistados, que atuam

na área, recebem como remuneração salarial menos de R\$ 500,00 mensais, fato pelos quais muitos formados não se submetem a trabalhar, mas existem aqueles que acreditam que é necessário passar primeiramente pela parte operacional para, desta forma, almejar um melhor cargo e, como conseqüência melhor remuneração, além da satisfação de trabalhar na área. Essa é uma dúvida que será deixada para futuros estudos, pois não detectamos se um bacharel em Turismo se dispõe a trabalhar com baixa remuneração ou, o mercado de trabalho realmente não os absorve?

Com a pesquisa, constatou-se grande taxa de satisfação quanto ao reconhecimento profissional (80%), dados que podem ser contraditórios, já que uma remuneração salarial baixa, conforme visto acima, pode significar para os recém-formados desmotivação e falta de reconhecimento por parte do mercado de trabalho.

Em relação ao vínculo empregatício, 60% trabalham com registro, ou seja, têm todos os direitos assegurados por lei.

Como vimos anteriormente, o setor hoteleiro abrange a maioria dos profissionais, conseqüentemente, a carga horária semanal desses empregados na maioria das vezes ultrapassa às 44 horas/ semana, o que foi confirmado em 30% dos entrevistados que estão trabalhando na área.

Quanto à continuidade nos estudos, verificamos que 64% dos recém-formados não prosseguem nos estudos, um percentual elevado num país onde ter apenas curso superior não é garantia de inserção no mercado de trabalho, visto este estar exigindo dos profissionais cada vez mais aperfeiçoamento técnico e intelectual.

Os ex-alunos foram questionados sobre o aproveitamento das oportunidades de estágio e trabalho durante o período do curso: sobre isto, 55% alegaram ter aproveitado estas. E, observou-se que dos 45% que responderam não ter aproveitado as oportunidades, muitos se arrependem, pois estão sentindo dificuldade para transpor as barreiras impostas pelo mercado de trabalho.

Segundo nossa pesquisa, que teve a preocupação de analisar se nossas hipóteses se confirmariam ou não, foram entrevistados empreendedores do ramo de Turismo da cidade de Ourinhos –SP, onde a maioria mostrou - se indiferente à necessidade e à importância de se contar com um turismólogo em seus quadros de colaboradores.

Revista Hórus, v. 3, n. 1, p. 113-125, 2006.

Confirmando uma de nossas hipóteses, que era: “*O mercado de trabalho não conhece a capacidade intelectual e técnica dos profissionais formados em Turismo*”.

Com todos esses dados levantados, tornam-se essenciais políticas que apoiem e divulguem a importância do profissional da área de Turismo. Além de reforçar nossas responsabilidades como futuros profissionais para provarmos que somos indispensáveis e cruciais para atuar nas diversas áreas do Turismo.

Portanto nossa pergunta-problema foi respondida após verificação e confirmação de nossas hipóteses.

BIBLIOGRAFIA

- ♣ ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil**. São Paulo: Aleph,2002.
- ♣ _____ **Turismo: segmentação de mercado**. São Paulo: Futura,1999.
- ♣ CATUREGLI, Maria Geny. **O ensino de turismo e os agentes de viagens: As realidades de Madri, Roma e São Paulo**. Dissertação de mestrado. ECA/USP, 1990.
- ♣ FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. 8ªed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fundação para o Desenvolvimento da Educação,2000.
- ♣ HOLLANDA, Janir. **Turismo: operação e agenciamento**. Rio de Janeiro: Ed. Senac nacional,2003
- ♣ MATIAS, Marlene. **Turismo: formação e profissionalização(30 anos de história)**. São Paulo: Manole,2002.
- ♣ NETO, Alexandre Shigunov; MACIEL, Lizete S.B(orgs). **Currículo e formação profissional nos cursos de turismo**. Campinas, SP: Papirus,2002.
- ♣ Projeto Pedagógico do Curso de Turismo da Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos-SP.
- ♣ REJOWSKI, Mirían(organizadora). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph,2002.
- ♣ TRIGO, Luís Gonzaga Godoi, et al. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca,2005.

Revista Hórus, v. 3, n. 1, p. 113-125, 2006.



_____. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo.** Campinas, SP: Papyrus, 1998.



www.faeso.edu.br, 10/07/2005, 20:00.