

A representação feminina através da seção de moda jornal das famílias na Revista da Semana: 1915-1920

The female representation through section of fashion newspaper of families in the Magazine of The Week: 1915-1920

Sediana Rizzo Czrnorski*

Resumo: A pesquisa objetiva estudar a representação feminina a partir da seção de moda Jornal das Famílias veiculado na Revista da Semana nos anos de 1915 a 1920, e sua articulação na construção e difusão de determinados valores e comportamentos femininos. O trabalho, ainda em andamento, pretende investigar a moda associada à identidade de gênero, estabelecendo a relação entre um modelo feminino específico e a moda veiculada na revista.

Palavras-chave: Moda. Comportamento. Revista ilustrada.

Abstract: The research aims to study the representation of women from the fashion Journal of Families served in the Magazine section of the Week in the years 1915-1920, and its articulation in the construction and dissemination of certain values and feminine behaviors. The work, still in progress, aims to investigate the fashion associated with gender identity, establishing the relationship between a specific female model and fashion conveyed in the magazine.

Keywords: Fashion. Behavior. Illustrated magazine.

Introdução

Tendo como objeto de pesquisa a seção de moda *Jornal das Famílias*, inserida na *Revista da Semana*, investiga-se a articulação desse periódico na construção e difusão de determinados valores e comportamentos femininos. O recorte temporal parte de uma modificação na própria revista, que passou de um periódico de variedades em 1914, para um feminino em 1915.

Consultou-se, para a realização desta pesquisa, material pertencente ao acervo do Arquivo Histórico Regional da Universidade de Passo Fundo em Passo Fundo/RS e o acervo digital da Biblioteca Nacional. Para dar continuidade à pesquisa, pretende-se investigar os periódicos do Museu da Comunicação Hipólito José da Costa, em Porto Alegre/RS.

Na seção *Jornal das Famílias* da *Revista da Semana*, observam-se as mulheres da elite, que frequentam salões, teatros, entre outros espaços de sociabilidade destinados a esse

* Mestranda do Curso de História da Universidade de Passo Fundo-UPF, email: sedianarizzoczr@hotmail.com

grupo social e que, como costume do período, apresentavam-se bonitas e bem vestidas, adotando as tendências da moda e de comportamento ditadas, sobretudo, pelos meios de comunicação da época, especialmente as revistas. Assim sendo, neste trabalho, pretende-se, a partir da análise da seção do *Jornal das Famílias* da *Revista da Semana* nos períodos de 1915 a 1920, investigar a relação moda/comportamento no que diz respeito à mulher caracterizada na seção. Abordando a identidade de gênero, se faz associações com a moda, partindo do pressuposto de que a ela exerce uma significativa influência sobre a figura feminina.

A revista da semana

As revistas ilustradas marcaram época e a *Revista da Semana* teve a sua existência considerada como uma das mais longas entre as revistas impressas do final do século XIX e início do século XX. Em relação ao campo de interesse de nosso trabalho, ela contribuiu para a história social e cultural da moda com as seções dedicadas ao assunto.

A *Revista da Semana* foi o primeiro grande projeto de uma revista em moldes empresariais no Brasil. Álvaro Teffé, mais conhecido como Barão de Tefé, foi quem fundou a revista, que circulou no Rio de Janeiro a partir de 1900. Seu destaque está em ter introduzido novidades tecnológicas, “descobrir” e vulgarizar as técnicas de fotorreportagem, modificar o visual colocando em evidência a imagem e reunir um qualificado corpo de colaboradores. Outra propriedade da revista foi o seu pioneirismo no que diz respeito à utilização da fotografia para ilustrar suas reportagens.

A *Revista da Semana* faz parte da história da imprensa em diversos aspectos, como na fotografia, na diagramação, na propriedade editorial, nas suas ilustrações, etc. A revista, mais do que um meio de informação – papel igualmente desempenhado de forma objetiva ou de forma expositiva e opinativa – traz ao leitor um leque de temáticas que lhe chamam a atenção pela coincidência da linguagem, vigência do assunto, ou propiciando um momento de lazer e devaneio. “Lazer e um certo luxo foram-se associando à idéia de revista no século XX. E a imprensa feminina elegeu a revista como seu veículo por excelência. Revista é ilustração, é cor, é jogo, prazer, é linguagem mais pessoal, é variedade: a imprensa feminina usa tudo isso” (BUIIONI, 1986, p.18).

As mulheres da época analisada (1915-1920), consideradas moças e senhoras da elite, desfrutavam de um alto poder aquisitivo, eram escolarizadas e apreciavam a leitura como forma de instrução das novidades sobre moda e figurinos de seu tempo. A mulher leitora da época encontrou nas revistas outra forma de desfrutar do impresso.

Não aquele da leitura compenetrada, dependente de ambiência própria, de autor consagrado, da dificultosa aquisição do livro. Mas, da leitura folhetinesca, em pedaços, quase aleatória, conduzida pela variedade de seções e ilustrações, que ao fim e ao cabo, definiu dois códigos de consumo do impresso: aquele do texto e o outro, da imagem (MARTINS, 2001, p. 377).

A imprensa feita por mulheres e para mulheres, fonte das mais relevantes da historiografia, torna-se, na contemporaneidade, objeto de análise, revelando, lentamente, proporções indiscutíveis do âmbito feminino; ainda mostram-se mais reveladoras quando reforçadas pelos estudos de gênero, que orientam as pesquisas nesse campo.

(...) a mulher leitora, desde o Império, fora presença assídua no contexto do impresso. Certo que em número limitado e circunscrita a grupos sociais elevados mas, confirmando a leitura como prática feminina recorrente, interessada efetiva naquela produção, sua consumidora em potencial (MARTINS, 2001, p. 371).

A coluna *Jornal das famílias*

O “pequeno jornal”, como era conhecido o *Jornal das Famílias*, o qual, nesta pesquisa, torna-se o objeto, lançou-se no ramo dos editoriais femininos no dia 04 de setembro de 1915 com seções sobre moda, conselhos sobre valores e comportamentos, dicas de higiene e saúde e assuntos sobre a vida doméstica para as senhoras e moças da época. A seção possuía um espaço para o exercício do jornalismo de moda, que abrangia em torno de um terço da revista e envolvia desde dicas de moda até regras de higiene, e sugestões de saúde e zelo com a família. Também fornecia conselhos sobre valores e comportamentos considerados adequados para as mulheres da época.

Esta foi, certamente, a mais “feminina” de todas as colunas publicadas pela *Revista da Semana* e, como tal, espelhava os assuntos considerados importantes à cultura feminina da sociedade da época. O *status quo* daquele período indicava ser importante para a mulher um bom casamento e a demonstração de dons para os afazeres domésticos e cuidados para com a família. A revista incluiu temas e abordagens que alimentavam essa realidade”. (TABOADA; NERY; MARINHO, 2004, p. 27).

A seção o *Jornal das Famílias* era uma das mais longas da revista, por isso a caracterização como “pequeno jornal”, pois apresentava aproximadamente de três a quatro páginas.

A seção do *Jornal das Famílias* continha em sua primeira página, uma reportagem sobre moda feminina com as vogas da época, recebia o nome de *A Moda*. Na segunda página, o espaço era dividido entre *Moda – Infantil* e reportagens variadas. Na primeira matéria, se mostravam modelos de trajés infantis da tendência do período e conselhos para as senhoras em relação às suas filhas e, logo abaixo, havia reportagens variadas, como, por exemplo, “O

Espartilho e a Silhueta ideal. A Origem das Meias: da meia de veluda à meia de seda, etc.” (REVISTA DA SEMANA, 1915). Na sua terceira página, o espaço era reservado para *Costuras e Bordados*, apresentando uma variedade de tipos de bordados. E a última página dividia o espaço com um apanhado de assuntos, “*Receitas e Conselhos Práticos*”, “*A Vida no Lar*”, “*Economia Doméstica*”, “*Higiene da Beleza*” e “*Alimentação*”.

Os títulos dos artigos evidenciam que, embora a tônica fosse a moda, esta se associava a valores e comportamentos atribuídos historicamente ao universo feminino. A fim de compreender essa relação – moda/valores –, faz-se necessário elucidar algumas questões referentes ao conceito de moda aqui utilizado.

Na medida em que falamos a respeito de Moda e História, não se pode usar o artifício de uma singela descrição linear quanto à história da moda. Essa prática demanda uma reflexão como objeto representativo da história. Analisar o assunto “moda” não sugere, fundamentalmente, falar sobre roupa. Pode-se discutir a respeito de moda sem sequer mencionar uma peça específica, sem descrevê-la ou articular sobre o tecido. A moda é, em uma acepção coletiva, a adoção de uma postura, apreensão de uma realidade, de um comportamento, de uma identidade.

Analisando a moda como “expressão cultural”, tem-se o sujeito que se identifica socialmente. Ela também pode ser entendida como um artifício de expressão coletiva, no momento em que por ela expõem-se hábitos, valores e costumes do seu grupo social. A moda na sua dimensão de expressão individual mostra-se por meio da cultura do indivíduo, portanto, ao consumir moda, consome-se, ao mesmo tempo, uma rede de dados subjetivos aptos de representá-lo na sua variedade.

O termo “moda” é uma palavra multidisciplinar, com variações de conceitos, que expressa comunicados. Mas nesta análise, invoca-se a questão comportamental e controladora da moda, visto que esta se atribui à definição de sistema.

Desde que se tornou possível reconhecer a ordem típica da moda como sistema, com as suas metamorfoses e inflexões, a moda conquistou todas as esferas da vida social, influenciando comportamentos, gostos, ideias, artes, móveis, objetos e linguagem. Em outras palavras, desde que ela surgiu no Ocidente, no final da Idade Média, não tem um conteúdo específico. É um dispositivo social definido por uma temporalidade muito breve e por mudanças rápidas, que envolvem diferentes setores da vida coletiva (CALANCA, 2008, p. 13).

O fator comportamental da moda verifica-se através do viés da moda/costume, na significação de tradicional constante e imutável que gera o comportamento, a conduta, o modo de ser de uma sociedade, que alude à conotação de sistema, que em um sentido mais simplório constitui-se de um conjunto de vários elementos relacionados entre si.

O costume é essencialmente um fenômeno de caráter axiológico, isto é, refere-se a uma escala de valores ideais aos quais os membros de determinado contexto histórico-social e cultural tendem a assemelhar-se ao máximo. Ora, quando a “paixão” pelo novo, pelo tornam-se recente, pelo requinte, pela elegância, etc. e a renovação das formas tornam-se um valor, quando a mutabilidade dos feitios e dos ornamentos não constitui mais uma exceção, mas se torna uma regra estável, um hábito e uma norma coletiva – isto é, um costume - , então se pode falar de moda. Desse ponto de vista, a moda é sempre um fenômeno de costume. Portanto, pode-se dizer que existe moda quando o amor pelo novo se torna um princípio constante, um hábito, uma exigência cultural (CALANCA, 2008, p. 12).

A moda, em tempos mais remotos, não era considerada como tema de intelectuais. No mesmo momento em que ela cresce e leva consigo as classes sociais, deixa sem ação os que têm vocação para falar do assunto devido à ideia equivocada de que a moda é sinônimo de banalidade. Os leigos veem somente a superfície do assunto, não percebem que a moda é parte do contexto social e deve ser sim discutida, uma vez que ela é diretamente influenciada por todos os aspectos e acontecimentos sociais e históricos.

A moda é hoje claramente pensada como um fenômeno relevante na organização social não apenas na pesquisa acadêmica, mas também no senso comum. O significativo é que enquanto produto amplamente consumido, e, portanto, constituindo objeto sempre presente na vida de pessoas de diferentes segmentos, cada vez mais é percebido e analisado em seu papel nas relações sociais e de sociabilidade, respondendo a problemas de distinção social, de diferenciação entre gêneros, dos meios de expressão pessoal, etc. (ALMEIDA, 2002, p.197).

Dessa forma, a moda vem se mostrando como um atrativo objeto de estudo para além das restrições impostas pelo preconceito, por ser considerado um elemento de frivolidades e com concepção de uma simplória vestimenta. Mas ela demonstra muito mais do que isso, as percepções das representações sociais podem ser traduzidas na maneira como a sociedade brasileira foi pensada e construída em todos os âmbitos da vida social, como, religião, sexualidade, moral, economia, entre outros. Nesse sentido, nos apoiamos no conceito de representação proposto por CHARTIER (2002), quando ele diz: “As práticas sociais são produzidas por representações pelas quais os sujeitos e os grupos dão sentido ao seu mundo”. Salienta-se que na formação das representações sociais não existem discursos neutros, pois esses são produzidos para legitimar e impor as vontades, as percepções sociais daqueles que as divulgaram. Assim, as representações são resultados da leitura que os sujeitos fazem do mundo.

Análise



Figura 1 - Seção feminina chamada *Jornal das Famílias* da *Revista da Semana* de 20 de maio de 1916 ano XVII, exemplar n. 15.

Apresentaremos a seguir, um exercício de análise de uma das páginas do *Jornal das Famílias*, enfatizando a construção discursiva da revista sobre moda e comportamento feminino. A análise leva em consideração a forma de apresentação da mensagem, ou seja, imagem, texto verbal e diagramação compõem um determinado discurso. Mais uma vez, é Chartier (2002) quem nos orienta, quando afirma que o conteúdo do texto não pode estar desvinculado de sua forma. Esta questão torna-se relevante na medida em que a *Revista da Semana* soube acompanhar a tecnologia e foi uma das pioneiras na adoção da diagramação e imagens, com o uso da fotografia na virada do século XX.

A página em questão possui uma reportagem de moda intitulada *As mais modernas invenções da moda*, que se insere na primeira página da seção do *Jornal das Famílias*. Na análise dessa reportagem, em relação à formação do corpo do documento, a escrita segue em três colunas com as imagens intercaladas e logo abaixo das imagens a grafia muito próxima ao *itálico*. Já a fonte da escrita do corpo é simples. Também, no canto superior direito da página, está situado o logotipo da *Revista da Semana*.

No título da reportagem *As mais modernas invenções da moda*, há uma ênfase um pouco maior, as palavras estão sombreadas e projetam-se para frente anunciando o tema que vem logo à frente.

Nessa seção, desde seu início, conserva-se o título “*Jornal das Famílias*”, e demais descrições de assuntos que a seção sugere “*Modas, Costumes e bordados*”, “*A vida no lar*”,

“Receitas e Conselhos práticos”, “Economia Doméstica”, “Higiene de Beleza”, “Alimentação”.

O título do *Jornal das Famílias*, em relação ao subtítulo, mostra-se mais elaborado com uma fonte fina e delicada na parte superior da página em um estilo clássico. Já a imagem das mulheres que acompanha o título salienta a mulher como modelo feminino de uma época, como elemento que representa a beleza, e se expressa delicada, culta, educada e elegante.

A página dispõe de imagens como a de uma moça com uma sombrinha aberta no centro da página com uma moldura retangular, duas figuras de bolsas, uma em preto e outra no branco com estampado preto. A primeira, ao lado esquerdo da imagem central da moça, e a outra, do lado direito. Ambas com alças curtas. Também possui a ilustração das mulheres na parte superior, que são oito desenhos de moças, em diversas maneiras, da cabeça até o tórax, uma ao lado da outra.

Iniciando a análise pela imagem exposta, trata-se de uma ilustração com variações de poses de algumas mulheres, cujo design acompanha o título da seção *Jornal das Famílias*. A imagem demonstra várias faces da mulher, mostra o lado sedutor, esclarecido/erudito, elegante e delicado, no qual a figura feminina poderá assumir diversos papéis.

Outras imagens que foram colocadas sob análise são as das bolsas, uma do lado esquerdo e outra do lado direito, ambas sobre um fundo branco. Nota-se, sobre isso, que a página apresenta-se em fundo branco e não em cores. Abaixo de cada bolsa há a descrição da cor específica, o tipo de tecido e, no caso da bolsa da direita, cita o desenho da estampa. As bolsas dão um equilíbrio visual à página, da mesma maneira que se relacionam com a mulher no centro, dando a ideia da possibilidade de "escolha" entre os dois modelos.

Por último, a imagem central, da moça com a sombrinha, há um recorte retangular com uma moldura, como se ela estivesse saindo da página, algo inovador para a época. Não se pode deixar de observar a postura e o olhar da mulher, com caráter um tanto malicioso, como se tivesse o intuito de camuflar algo.

Na análise no título superior, verifica-se que a seção foi dedicada às senhoras e às moças, representadas nas imagens que adornam o título. O conteúdo da seção apresentava conselhos práticos para as senhoras e a vida familiar, seguindo a construção de modelo feminino do período, em que as moças preparavam-se desde cedo para a constituição da família. Elas eram educadas para a construção de um bom lar, e a aspiração das moças era arranjar um bom partido. Logo, a seção *Jornal das Famílias* encaixava-se no padrão de comportamento desejável das moças e senhoras da época, em que a mulher, no contexto familiar, tinha um papel central, o que explica o significado do nome *Jornal das Famílias*

para uma coluna destinada ao público feminino. Assim, a reificação da mulher na revista segue o modelo positivista de *Rainha do lar*.

Na tarefa de *Rainha do Lar*, cabiam-lhe muitas das decisões de gastos diários. Desde os fortificantes para a prole, dentifrícos para a família, produtos alimentícios, sabonetes de qualidade no apuramento higiênico aos remédios para a “saúde da mulher”, produtos largamente anunciados pelas revistas. Concomitantemente, a ascensão social propiciada pelo surto econômico exigia-lhe representação compatível com o novo *status quo*, conduta que a vinculava ainda mais à publicidade periódica, responsável pela atualização do leitor. A aquisição de figurinos era o primeiro passo para a produção dessa nova mulher, atenta aos ditames da moda, via *Paris* (MARTINS, 2001, p. 379).

Podemos observar, também na apresentação da página, os traços que remetem à modernidade. A *Revista da Semana*, bem como o *Jornal das Famílias*, recebem a influência do

Modernismo ou Art Nouveau” (1890-1918), conhecido pelas linhas curvas, os arabescos, as formas orgânicas e geométricas e os motivos florais que caracterizam o estilo do movimento Arts and Crafts, se fizeram mais atrevidas e sensuais no Art Nouveau. Foi o primeiro movimento de moda em que as tendências da arte eram aplicadas aos objetos (HISTÓRIA DO DESIGN).

Entretanto, a mensagem central do discurso da página ora analisada está na divergência entre o título da reportagem, o texto e as imagens que ela contém. Um ponto a se discutir é o da falta de coerência entre o título do artigo e o texto, na medida em que o título sugere algo e a leitura revela um conteúdo bastante distinto do esperado, conforme se observa na matéria intitulada “As mais modernas invenções da moda”:

Por mais que o marido em casa pregue a economia, nunca nenhum se convenceu que essas suas palavras, por mais bem estribadas que sejam, produzam qualquer resultado pratico, absoluto.

Como, é, que se póde negar áquela que temos sempre a nosso lado um chapéo novo em cada estação e tanto mais que ella promete que dispenderá na sua aquisição o menos possível?

E quando se trata d’um vestido a nota da despeza a fazer é tão limitada, segundo ella, que ante o seu excellente sorriso não há resistência. Mas ao apparecer a conta é um pavor: as flôres, as rendas, os botões, os tules, e outros tantos acessórios subiram a um preço que nunca se calculara.

Comtudo sabendo a mulher que um olhar seu bem expressivo e applicado a tempo, conseguiria remover montanhas, deve atemorizar-se, por ventura, ante momentos de mau humor, derivados das exigencias da moda, quando demais a mais o seu fito se traduz em que toda sua beleza appareça radiante?

Assim, como essas brigas se traduzem sempre por ele ceder, o melhor – seja-nos licito o conselho – é liquidar a conta e evita scenas.

Póde, por descargo de consciência, - embora não aconselhamos, - quando se tratar d’um novo chapéo, d’um outro vestido reeditar as mesmas observações, dar-lhe outra fórma, mas creia esse marido áspero ou feroz que acabará sempre por ser vencido, ante o sorriso fresco e perfumado que se lhe apresenta, e afinal, n’essa lucha de cada trimestre, não sentirá um grande desprazer em não ser o vencedor...

Não se diz que Napoleão, o grande cabo de guerra, era sempre vencido pela mulher? Então...” (REVISTA DA SEMANA, 1916).

Separando os elementos para a análise, verificou-se que o título abrange um tema inventivo, com características inovadoras sobre a moda, mas que, lido em conjunto com texto verbal e imagético da página, adquire um caráter metafórico sobre o comportamento ousado da mulher. O texto é arrojado e oferece conselhos às leitoras de como agir quando se quer “ganhar” um vestido novo ou um chapéu e o marido não a quer presenteá-la. É um texto um tanto sarcástico, embasado nas mirabolantes técnicas de como fazer o marido mudar de ideia diante de um pedido de consumo da esposa inocente. Um tanto imaculada, mas cheia de segundas intenções.

Observa-se ainda uma ponta de feminismo no trecho “Não se diz que Napoleão, o grande cabo de guerra, era sempre vencido pela mulher? Então...”. Principalmente nesse fragmento do texto, a autora do artigo afirma que a mulher tem o domínio sobre o homem, basta ela querer e seguir as recomendações expostas.

Unindo os dois vértices, entre texto e título, percebe-se que o texto investigado indica às mulheres (então) “modernas” estratégias para controlar os homens, e não dedica-se, conforme sugere o título, a *invenções da moda*. Na verdade, a titulação serviria para dissimular a real ideia do texto.

A mulher demonstra certa esperteza em relação aos homens. A imagem da moça no centro da página – com o olhar malicioso – sugere a astúcia das mulheres. O fato de estar saindo do quadro mostra a possibilidade de elas saírem dos limites que lhes eram impostos.

A reportagem evidencia os reflexos das primeiras ondas feministas que chegaram ao Brasil no final do século XIX, estendendo-se até 1932. (NÍSIA FLORESTA, 2006).

Considerações Finais

No fim do século XIX e início do século XX, uma marca da imprensa era o elitismo cultural, modelo adotado pela revista, já que seu público-alvo era justamente as senhoras e moças da sociedade frequentadoras dos salões. Essa fusão desse elitismo cultural com um consumidor na sua maioria feminino fazia com que a moda fosse um dos temas mais destacados na *Revista da Semana*. A moda revelou-se um assunto que não só dava ênfase em um modelo de modernidade adquirido pelo país (comum das revistas daquela época) como também atendia as aspirações desse consumidor que era idealizado pela revista. Assim como a revista, a seção do *Jornal das Famílias* apresenta um eixo central que é a *Moda*, apresentando as últimas tendências em voga da época e demonstrando os padrões de comportamento que a figura feminina deveria seguir tanto na sua forma de agir, como na de

vestir. Nesse sentido, moda e comportamento se fundem nesse “pequeno jornal”, ditando regras e paradigmas desse período, o que demonstra que moda é muito mais que simples peças de tecido, ela expressa culturas e significados.

Nessa perspectiva, espera-se que a pesquisa em que se desdobrará nosso trabalho venha a ser favorável como fonte de estudo da imprensa em revista do Rio de Janeiro do início do século XX e possa agregar dados expressivos para a compreensão da relação entre história e moda.

Referências

- ALMEIDA, A. J. de. WAJNMAN, S. (Orgs.). **Moda, comunicação e cultura: um olhar acadêmico**. São Paulo: Arte & Ciência; Núcleo Interdisciplinar de Estudos da Moda/UNIP (NIDEM), FAPESP, 2002.
- BUITONI, D. S. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1986.
- CALANCA, D. **História social da moda**. São Paulo: Senac, 2012.
- CHARTIER, R. **A história cultural entre práticas e representações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Difel, 2002.
- HISTÓRIA DO DESIGN. **Design no século XIX**. Disponível em: http://www.estagiodeartista.pro.br/artedu/histodesign/2_design_secxix.htm. Acesso em: 15 de out. 2013.
- MARTINS, A. L. **Revistas em Revista: imprensa e práticas culturais em tempos de república**. São Paulo (1890-1922). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.
- NÍSIA FLORESTA. **Projeto memória 2006**. Disponível em: http://www.projetomemoria.art.br/NisiaFloresta/hoj_pelo_direi.html. Acesso em: 19 de out. 2013.
- REVISTA DA SEMANA. Seção feminina chamada **Jornal das Famílias** de 09 de outubro de 1915, ano XVI, n. 15.
- REVISTA DA SEMANA. Seção feminina chamada *Jornal das Famílias*. **As mais modernas invenções da moda**. 20 de maio de 1916, n. 38.
- REVISTA DA SEMANA. Seção feminina chamada **Jornal das Famílias** de 25 de setembro de 1915, ano XVI, n. 4.
- TABOADA, G.; NERY, J. E.; MARINHO, M. G. **A Revista da Semana em perspectiva**. São Paulo, 2004.