



## A Representação do Asiático-americano na TV Estadunidense: O Caso de Fresh Off The Boat<sup>1</sup>

Alessandra Vinco<sup>2</sup>

Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF

Daniela Mazur<sup>3</sup>

Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF

### Resumo

Ao longo das décadas, a televisão passou por mudanças e apropriações influenciadas pelo comportamento e modos de pensar da sociedade. Os canais abertos estadunidense eram os grandes produtores e exportadores de um modelo de referência em ficções seriadas televisivas e procuravam criar atrações que pudessem agradar a maior parte da população. Porém, com a ascensão de novas tecnologias e a chegada da TV a cabo e novos canais abertos, a competitividade aumentou a um ponto que era preciso buscar públicos mais exclusivos e parcelas populacionais menos representadas na televisão, com foco em públicos considerados de “nicho”. O artigo pretende investigar como ocorreram os processos de representação racial e de identidades culturais nas séries televisivas estadunidenses. Utilizando o caso da sitcom “Fresh off the Boat” propõe-se refletir sobre os processos de aproximação e distanciamento de comunidades multiculturais, já que a série tornou-se referência no caso dos asiáticos-americanos.

**Palavras-chaves:** Ficção Seriada; Televisão; Representação Racial; Asiáticos-americanos; Fresh Off The Boat.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Discursos da Diferença e Biopolíticas do Consumo, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e graduada em Estudos de Mídia pela Universidade Federal Fluminense (2014). E-mail: alessandra.vinco@gmail.com

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e graduada em Estudos de Mídia pela Universidade Federal Fluminense (2014). E-mail: dani.mazurel@gmail.com



## Introdução

Desde a década de 1950, a televisão passou por inúmeras transformações e adaptações influenciadas, especialmente, pelo comportamento e formas de pensar da sociedade. Os canais abertos estadunidenses, também chamados de *Networks*, eram os grandes produtores e exportadores de um modelo referencial de ficção seriada televisiva e procuravam criar atrações que pudessem agradar a maior parte dos telespectadores. Porém, com a evolução das tecnologias e com a chegada de canais a cabo e novas *networks*, a competitividade cresceu ao ponto em que era necessário produzir e direcionar conteúdos originais para um público mais exclusivo e para as parcelas populacionais menos representadas, a fim de atrair uma maior audiência (LOTZ, 2007; HILMES, 2011). Em vista disso, os canais passaram a fornecer uma programação mais segmentada, com foco em públicos considerados como de “nicho”, de modo a fomentar a representatividade identitária na televisão norte-americana.

Com base em um contexto histórico sobre a TV estadunidense, o desenvolvimento tecnológico e os processos de *broadcast* e *narrowcast*, este presente artigo procura analisar e discorrer sobre como ocorreram os processos de representações raciais e de identidades culturais em ficções seriadas televisivas norte-americanas ao longo das últimas décadas e a importância dessa visibilidade. Utilizando a série televisiva “Fresh off the Boat” (2015–), propõe-se refletir sobre como ocorrem as relações de aproximação e de distanciamento dentro das comunidades multiculturais e transnacionais em relação às culturas nativas e atuais (ROBINS, AKSOY, 2005), já que a produção tornou-se uma referência por abordar, particularmente, o caso dos asiáticos-americanos.

## História da TV americana: construção, mudanças e inovações

O sistema de televisão americana nasceu da evolução de uma organização construída pelas redes de rádio, meio de uso massivo da época, tendo suas primeiras transmissões realizadas no final dos anos 1940. A rede de programação televisiva não



foi construída de imediato, as práticas e os modos de sistematização foram moldados a partir dos anos 1950. Na década seguinte, as convenções desse sistema já estavam em operação, momento este que ficou conhecido como “Era da Rede” ou *Network Era*, compreendido também como a Era do *Broadcasting*<sup>4</sup> (LOTZ, 2007). Esse período é considerado o primeiro estágio da televisão, que durou até meados dos anos 1980, e é caracterizado pelo domínio das três redes televisivas nacionais: ABC, CBS e NBC. Os três canais possuíam suas afiliadas por todo o território que transmitiam a sua programação, conseguindo levar seu conteúdo a maior parte das casas estadunidenses. Outros aspectos são característicos dessa época: os comerciais de trinta segundos; o controle da programação exercida pelas três emissoras, em razão de grande parte da população não ter recursos nem opções contra o cronograma de horários e atrações dos canais, elementos esses usufruídos pelos telespectadores contemporâneos; além do fato de a produção televisiva ser direcionada para a grande massa, com foco na classe média branca. Essas práticas estabelecidas na *Network Era* eram tratadas como “normais” e inerentes à televisão, porém, com o surgimento de novas tecnologias, canais e formas de transmissão, esse quadro foi transformado nos anos posteriores.

Após o período de dominância das *networks*, novos canais e tecnologias surgiram iniciando a era dos “múltiplos canais” ou, como conhecido em inglês, *Multiple-channel* (LOTZ, 2007; HILMES, 2011). Novas tecnologias, como o controle remoto e o videocassete, deram maior autonomia e controle da programação para os telespectadores, além do lançamento de novos canais *networks* e de canais a cabo. A TV a cabo permitiu o acesso e a circulação de novos programas e conteúdos para o público, sendo dividida em dois tipos: Plano Premium e Plano Básico. A partir de uma assinatura e um valor a ser pago mensalmente, o primeiro plano chegou ao mercado com a promessa de filmes sem cortes, sem comerciais, eventos esportivos exclusivos e com conteúdo proibido para menores de idade. Atualmente

---

<sup>4</sup> Tem como objetivo transmitir ou difundir uma informação, conhecimento ou experiência cultural para o maior número de receptores de uma sociedade específica ao mesmo tempo (GRIPSRUD, 2004).



reconhecida HBO surgiu como “Home Box Office” em 1978, seguida dos canais Cinemax (1980), Playboy Channel (1982), Disney (1983), entre outros com pacotes especiais para uma audiência pagante. Já os canais a cabo básicos consistem no plano mais barato e possuem certas limitações de conteúdo e exibição de comerciais. Porém, por fornecer produtos televisivos específicos, estes canais permitiam uma programação segmentada de *Narrowcasting* que, ao contrário de *Broadcasting*, constrói e direciona seu conteúdo para um público-alvo específico. É o caso de algumas emissoras fechadas que surgiram na época, como a rede de notícias CNN (1980), o canal de esportes ESPN (1979), a MTV (1981), voltada especialmente para a parcela populacional formada pelos jovens, assim como a SIN (1976), a BET (1980) e a Lifetime (1984) eram, respectivamente, direcionadas para telespectadores latinos, negros e feminino (HILMES, 2011).

Apesar do crescimento dos canais a cabo, grande parte da população norte-americana tinha acesso apenas à TV por antena, permitindo, desta forma, que os canais abertos chegassem a um maior número de casas, em comparação com a televisão por assinatura, principalmente por possuírem afiliados em todo território nacional. Este cenário de competitividade, portanto, favoreceu o surgimento de novos canais *Broadcast*, como a FOX (1986), a UPN (1995) e a WB (1995). Outro grande incentivo para o lançamento das novas *networks* foi a possibilidade de contratar canais independentes para que estes se tornassem afiliados por todo o país, de modo que pudessem concorrer de igual para igual com as antigas *networks* (HILMES, 2011). Com tantos canais abertos e fechados em atividade, a competição para conquistar uma parcela da audiência transformou os modos de produção e execução dos conteúdos. Também fomentou uma preocupação maior em realizar programas singulares que atraíssem públicos de nicho, tal qual já era feito de modo abrangente por algumas emissoras fechadas, porém não se mostrava suficiente para as demandas de uma população heterogênea.

A ascensão de tantos novos canais *networks* e a cabo mudou as dinâmicas de competitividade da indústria e do tipo de programação a ser produzido. Ao



invés da necessidade de pensar programas menos objetificáveis para toda a família, os canais *broadcast* – e particularmente os canais a cabo – desenvolveram mais programas que poderiam ser mais satisfatórios para membros específicos de uma audiência. (LOTZ, 2007, p. 14)<sup>5</sup>

Com o aumento da diversidade de programas e séries televisivas, os canais buscaram aprofundar cada vez mais as narrativas, de modo a complexificar as histórias e desenvolver melhor recursos narrativos, como arcos, ganchos e personagens, como forma de atrair e fidelizar os telespectadores (MITTEL, 2006). Além do cuidado em complexificar as narrativas, os produtores também passaram a endereçar seus conteúdos para a geração mais jovem, já que esta seria um público mais consumidor e criador de hábitos para uma vida inteira (HILMES, 2011). Muitas séries de meados dos anos 1990 até 2000 fizeram grande sucesso por retratar personagens jovens lidando com problemas da vida adulta, atingindo, assim, ambas as audiências.

A partir dos novos caminhos adotados pela televisão aberta e pela fechada, a etapa seguinte na evolução televisiva, que começa em meados dos anos 2000, é considerada a "Era Pós-Network", em inglês *Post-Network Era*, termo cunhado por Amanda Lotz (2007). Além de permitir a expansão das escolhas e do controle da programação pelo público, iniciativas da era anterior, o principal diferencial deste novo período é a possibilidade do telespectador assistir qualquer programa quando e onde quiser, seja na TV ou em outro veículo. O avanço nas tecnologias e os novos meios de acesso aos conteúdos, como o *streaming* e *downloads* através da internet, colaboraram para a maior autonomia dos usuários. A expansão da digitalização e o crescimento do uso da internet mostraram-se influenciadores de mudanças sociais e no processo da "globalização" (GRIPSRUD, 2004). Lotz (2007) estabelece, ainda, um novo conceito para a atual época chamado de "Phenomenal television", que abarca uma categoria de programas que possuem importância social, estimulam discussões

---

<sup>5</sup> Original: "The emergence of so many new networks and channels changed the competitive dynamics of the industry and the type of programming likely to be produced. Instead of needing to design programming likely to be least objectionable to the entire family, broadcast networks—and particularly cable channels—increasingly developed programming that might be most satisfying to specific audience members". Tradução nossa.



fora do meio midiático e são detentores de status. A produção de atrações diversificadas continuou a aumentar neste período, dando espaço para um número maior de séries de nicho. Apesar de possuir pouca atenção em relação aos conteúdos feitos para a grande massa, esses produtos tornaram-se relevantes na representação das minorias, sendo cada vez mais produzidos e gerando maior interesse não só pelo seu próprio público-alvo, mas também por outros espectadores.

### **Representações Identitárias na Televisão Americana**

A Cultura da Mídia [também] fornece o material com que muitas pessoas constroem o seu senso de classe, de etnia e raça, de nacionalidade, de sexualidade, de “nós” e “eles”. (KELLNER, 1995, p. 9)

Como discutido anteriormente, a televisão estadunidense é o atual polo reconhecido em nível global de produção ficcional seriada televisiva. Especialmente pelas suas obras de influência internacional e pela grande quantidade de lançamentos por ano, os Estados Unidos criou uma tradição televisiva seriada com clássicos que até hoje marcam gerações e diferentes culturas. Os conteúdos e formatos, que são largamente exportados para diversos países, carregam consigo dados narrativos que constroem a ideia do que é “ser americano” e como é fazer parte da sociedade americana. Já que a Cultura da Mídia reitera relações de poder na sociedade ao mesmo tempo que oferece meios de construção de identidade, pertencimento e resistência, ao veicular modelos de estilos de vida (KELLNER, 1995). E a TV, uma das vertentes mais importantes da Cultura da Mídia pelo potencial de difusão, acaba virando um campo de disputas por representações identitárias de indivíduos e grupos.

A Cultura da Mídia, segundo Kellner (1995), é a cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a formar a vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo material com que as pessoas forjam a sua própria identidade. O autor ainda enfatiza que a televisão, o rádio e outros produtos que fazem parte da indústria cultural e que dão forma a Cultura da Mídia, criam referências de valores que moldam o corpo



social coletivo. Através disso, fica claro como os meios de comunicação podem influenciar as opiniões e os comportamentos dos indivíduos e, especialmente, os relacionamentos entre eles, já que media a forma em que um enxerga o outro. Essa questão, unida ao fato de que a mídia reafirma as dominâncias sociais, deixa claro como a televisão se tornou um espaço de extrema importância para as lutas de representação das minorias raciais dentro dos Estados Unidos e também em todo o mundo. A presença de profissionais, histórias e personagens na televisão que refletem os grupos socialmente oprimidos são, por um lado, instrumentos de reiteração de estereótipos e de discursos de ódio e, por outro, ferramentas de construção e desconstrução de imagens desses grupos de pessoas que não cabem dentro do conceito de “maioria” branca e americana, que domina os meios de comunicação. Com o surgimento da Era Pós-Network e a ascensão dos conteúdos de canais direcionados a públicos considerados como de “nicho”, o espaço para a criação de conteúdos com caráter multicultural e multiétnico está lentamente crescendo e expandindo sua visibilidade para além dos estereótipos veiculados pela dominância cultural.

A possibilidade de criar novas imagens relacionadas aos grupos minoritários existentes no país em narrativas televisivas é produto de um momento recente da televisão como mídia e mercado. O conceito de Televisão Post-Network da Lotz (2007), como já citado anteriormente, abraça esse momento em que as práticas industriais de produção televisiva mudam, renovando alguns antigos padrões que portavam valores que interferiam diretamente nas histórias, imagens e ideias veiculadas. Segundo a autora, a televisão como uma mídia de massa que alcança uma audiência heterogênea e que fala com a cultura como um todo não é mais uma realidade nos Estados Unidos e essa mudança transformou a maneira em que os conteúdos são produzidos e consumidos. Esse novo ambiente propõe uma certa diversidade de programação, que começa a atender as demandas dos públicos de nicho. O atendimento dessas demandas cria uma abertura de mercado que antes tentava heterogeneizar os interesses do público. o que não correspondia a realidade do



país. Tal abertura de mercado e a fragmentação em nichos de conteúdos, programas e canais, ofereceu instrumentos para o crescimento das representações raciais nas narrativas seriadas, que são extraoficialmente denominadas como “Color Sitcom”. Termo que engloba séries de televisão estadunidenses de “comédia de situação”, onde a narrativa se utiliza do humor para desenvolver situações cotidianas nas vidas de personagens “comuns”, e que, nesse caso, são protagonizadas por personagens que se encaixam dentro das minorias raciais.

O Estados Unidos é um país etnicamente diverso, sua população é formada em grande parte por imigrantes, em virtude tanto do seu passado colonial, quanto também do famigerado “sonho americano”. O maior grupo étnico e racial do país são os considerados “brancos” e os outros grupos, como os negros, os hispânicos e latinos e os asiáticos, são categorizados como “minorias”. Esse cenário demográfico se reflete na televisão estadunidense, especialmente no que diz respeito à ficção seriada. A televisão no país é, até hoje, predominada por brancos, produzida por brancos e direcionada aos brancos. Nos últimos anos, por mais que esse quadro tenha moderadamente mudado, ainda são poucos os personagens que representam as minorias raciais no universo da televisão. A conjuntura é ainda mais categórica se forem considerados apenas atores e personagens de minorias raciais que conquistaram o papel de protagonista das narrativas.

A dominância cultural existente na sociedade americana é reverberada nos conteúdos veiculados pela mídia em geral e pela própria audiência. A luta contra o domínio é travada pelos grupos minoritários desde o início da televisão, combatendo imagens negativas e estereótipos. Michele Hilmes (2011) comenta sobre como a Coalisão da Mídia Hispânica propôs, no final dos anos 1990, um boicote contra as quatro maiores emissoras da época por causa da ausência de hispânicos e latinos na TV. Ela ainda salienta que, nessa época, a discrepância entre o consumo televisivo dos brancos e o das minorias era grande e crescente, o que dificultava ainda mais a presença não-dominante dentro desses conteúdos. Outra questão é que os anunciantes preferiam escolher emissoras com maiores audiências entre o público branco,





desconsiderando as minorias, aumentando, então, a resistência da mídia em receber essas representações raciais na sua grade. A televisão dentro do padrão Network, que se interessava em alcançar o maior público possível independentemente de raça, tentava criar um ambiente de “unanimidade forçada” de representação racial.

Os negros, por sua vez, foram quantitativamente mais representados na televisão estadunidense do que os hispânicos e latinos. Kristal Zook (1999) ressalta a importância dos anos 1980 e 1990 para a inclusão de personagens e atores negros em produções televisivas. “The Cosby Show” (NBC, 1984–1992), “A Different World” (NBC, 1987 – 1993) e “Fresh Prince of Bel Air” (NBC, 1990–1996) são algumas das séries citadas pela autora que apresentaram a possibilidade da autenticidade racial ser negociada e não apenas suposta, desafiando a noção dominante do que é “ser minoria”. A crescente presença de negros nas narrativas também foi resultante de um momento de transição da classe média branca para a televisão a cabo, que aconteceu durante os anos 1980, e a maioria da classe trabalhadora negra e hispânica não tinha acesso a esses conteúdos e continuaram a consumir os canais de TV aberta (CBS, ABC e NBC). Zook sinaliza que, na época, a audiência desses canais era formada especialmente pelos negros, que os assistiam 44% mais do que os não-negros. Esse foi um dado mercadológico importante para o crescimento da representatividade dos afro-americanos, já que eles eram os grandes consumidores das emissoras abertas dos Estados Unidos e queriam que as narrativas dialogassem com suas vidas. O diálogo com o cotidiano negro na sociedade americana era caracterizado por memórias coletivas, estéticas e marcas especificamente culturais do grupo e, fugindo um pouco do engessamento humorístico das sitcoms, trabalhavam em alguns episódios com a Dramédia<sup>6</sup> para abordar memórias e experiências dolorosas vividas pelo grupo minoritário.

Em comparação com os negros e os hispânicos e latinos, a minoria asiática estadunidense tem sua representação em ficções seriadas televisivas ainda menos significativa de forma quantitativa. De 1950 até 2015, apenas três sitcoms

---

<sup>6</sup> Gênero televisivo que mescla características do Drama e da Comédia.



protagonizadas por asiáticos-americanos foram exibidas na televisão americana: a primeira em 1994 com “All-american Girl” (ABC) e as que ainda se mantêm no ar, “Fresh Off The Boat” (ABC) lançada em fevereiro de 2015 e “Dr. Ken” (ABC), em outubro de 2015. A representação asiática-americana na televisão estadunidense é historicamente limitada a papéis secundários (ONO, PHAM, 2008) e aos estereótipos. A comunidade asiática-americana é considerada como a “minorias modelo” por ter a reputação de um povo competente e sério, que se esforça a se adaptar a cultura americana e também pelas suas conquistas educacionais e profissionais no país (TAYLOR, LEE, 1994; ZHOU, 2007; ONO, PHAM, 2008; LEE, 2009). Essa imagem da comunidade ao mesmo tempo que ajuda a integrá-la a sociedade americana através da aceitação, também acarreta na falta de interesse midiático em representar os asiático-americanos. A imagem estereotipada dos asiáticos como inteligente, sério e “nerd” dificulta a representação midiática deles como divertidos e socialmente interessantes (TAYLOR, LEE, 1994), criando um estigma que acaba podendo prejudicar a retratação deles na televisão estadunidense.

Um dos efeitos dos estereótipos e preconceitos reverberados pelos meios de comunicação e pela dominância cultural branca é o “Whitewashing”. O conceito expressa a prática de “embranquecer” personagens que deveriam ser representados por atores não-brancos, ao contratar atores brancos para representar os papéis. Por mais que essa prática ainda seja comum especialmente nos filmes hollywoodianos, a televisão e as ficções seriadas, munida de tais evoluções citadas aqui anteriormente, atualmente estão dando passos importantes para as representações raciais. Várias séries estão no ar com elencos principais recheados com tramas, personagens e atores representantes das minorias sociais estadunidenses, como Empire (FOX, 2015–), Jane the Virgin (The CW, 2014–), Black-ish (ABC, 2014–), Master of None (Netflix, 2015–) e Fresh off the Boat (ABC, 2015–). Essa presença negra, latina e asiática é essencial para a afirmação social e de identidade, por isso discutiremos a seguir um pouco mais sobre a questão da representação da minoria asiática-americana com a série de sucesso “Fresh off the boat”.



## Fresh Off The Boat e a Representação do Asiático Americano na TV

Baseada no livro homônimo sobre a vida de Eddie Huang, a série televisiva “Fresh Off The Boat” se passa na década de 1990 e retrata o cotidiano de uma família taiwanesa-americana que se mudou de Chinatown, na cidade de Washington, para Orlando, a fim de inaugurar e administrar seu próprio restaurante. Utilizando-se do humor para mostrar as situações do dia-a-dia, o *sitcom* conta como essa família tenta viver o “sonho americano” e manter sua identidade cultural em um lugar que não possui uma comunidade asiática expressiva. A produção lançada em fevereiro de 2015, com uma temporada de 13 episódios, foi renovada para uma segunda temporada para a *Fall Season*<sup>7</sup> de 2015 e recebeu em março de 2016 o “sinal verde” para uma terceira. A série foi a primeira narrativa ficcional seriada televisiva com o elenco principal totalmente formado por atores asiáticos-americanos a ter temporadas renovadas, já que “All-american Girl” durou apenas uma e “Dr. Ken” foi apenas recentemente renovada para uma segunda. Marcos importantes para a comunidade asiática nos Estado Unidos, já que expressa o reconhecimento da mídia nacional e também se posiciona como uma forma de resistência política e cultural diante da pequena representatividade na televisão americana ao longo de décadas.

O piloto<sup>8</sup> de Fresh Off The Boat se inicia mostrando a viagem de mudança da família Huang de Washington para Orlando, com a narração de Eddie que, não só nesse episódio, mas ao longo de toda a primeira temporada é o narrador da história. Ele apresenta sua família, composta pelo seu pai e mãe, Louis e Jessica, sua avó Jenny e seus irmãos mais novos, Emery e Evan. Logo no primeiro episódio, somos apresentados às dificuldades enfrentadas pelos personagens para tentar se inserir nessa nova comunidade prevalentemente de classe média branca. Inclusive, algumas

---

<sup>7</sup> Período em que estreiam as principais séries, novas ou veteranas, da grade televisiva das *networks* e de alguns canais a cabo. Remete diretamente à estação do ano em que isso acontece, no outono, e vai de setembro a dezembro.

<sup>8</sup> Primeiro episódio da primeira temporada de uma série televisiva.



situações apontam a imagem estereotipada em relação aos asiáticos, como, por exemplo, o estranhamento das novas vizinhas ao saberem o nome da Jessica, já que esperavam algo mais “exótico”, e também ao ouvirem o inglês sem sotaque de Eddie enquanto ele explica que os pais nasceram em Taiwan, mas ele e seus irmãos nasceram nos Estados Unidos. Já na escola, Eddie encara reações negativas e enojadas de outros alunos por causa da comida chinesa que ele leva para o seu lanche, levando-os a chamá-lo de “xing”, termo pejorativo que se refere à cultura chinesa.

Por outro lado, vemos a relação dos Huang com os brancos, ao exaltarem que a aproximação a eles é sinônimo de positividade e segurança, visto quando o pai pensa em usar a imagem de um americano branco para fazer propaganda de sua churrascaria ou quando Eddie e a mãe vão a um mercado e lá ela diz: “Se nos separarmos, se junte a uma família branca. Ficaré seguro até eu te encontrar”. Porém, ao mesmo tempo em que alimentam esse fascínio e apreço pelo povo americano, a família busca manter sua identidade cultural durante o dia a dia na nova cidade (“O corpo dele está rejeitando a cultura branca, o que me deixa um bocado orgulhosa”<sup>9</sup>, disse Jessica ao descobrir que Evan tinha intolerância a lactose). Ao longo das temporadas, são mostrados costumes e momentos que remetem à cultura chinesa, como comida, idioma (presente através da avó que apenas se comunica em mandarim), superstições, vestimentas e celebrações. A série até mesmo conseguiu o marco histórico de ser a primeira<sup>10</sup> produção televisiva da TV aberta americana a retratar a celebração do Ano Novo Chinês, um dos eventos comemorativos mais importantes da cultura chinesa, na segunda temporada. Contudo, no último episódio da primeira temporada, Jessica acredita que ela e a família estão perdendo seus hábitos e identidade originais pela grande proximidade com a cultura americana. Isso representa como as comunidades multiculturais e transnacionais estão imersas em um

<sup>9</sup> “His body is rejecting white culture, which make me kind of proud”. Trecho retirado do episódio piloto.

<sup>10</sup> “‘Fresh Off The Boat’ celebrates Chinese New Year for the first time on Network TV”: <http://variety.com/2016/tv/news/fresh-off-the-boat-chinese-new-year-of-the-rat-1201693924/>



processo complexo de tentar conciliar os vínculos tradicionais de sua cultura original com as novas conexões culturais do país em que residem (ROBINS, AKSOY, 2005).

O grande apelo dessa sitcom é trazer elementos de aproximação, ao invocar questões relacionadas à memória coletiva da comunidade, e de estranhamento, que alimenta o humor e mantém o caráter de novidade proposta pela série. O esforço de adaptação à cultura americana é um dado compartilhado pelos asiáticos-americanos (ZHOU, 2007; LEE, 2009; TAYLOR, LEE, 1994, ONO, PHAM, 2009), tanto aqueles que imigraram, quanto para aqueles que nasceram no país.

Pelo seu impacto sociocultural e sucesso, a série despertou reações entusiasmadas no público, especialmente nos asiáticos-americanos. Considerando que a antecipação por uma série que retratasse uma família asiática na televisão americana foi grande, era de se esperar tamanha repercussão. “All-american Girl” é a única representante anterior a “Fresh off the Boat”, que teve pouco sucesso na época e não conseguiu preencher a demanda representativa da comunidade. As primeiras informações e clipes promocionais de “Fresh” foram celebrados pelos asiáticos-americanos, que, mesmo sendo uma comunidade formada por diferentes origens e culturas, consideraram a série uma esperança de representação do grupo minoritário como um todo, uma conquista necessária e esperada. Vários sites e blogs<sup>11</sup> descreveram a importância e a emoção em poder consumir esse tipo de conteúdo, citando momentos “relacionáveis” da história da série, piadas internas, memórias compartilhadas, estereótipos e tantas outras considerações importantes sobre a visibilidade da minoria asiática-americana.

Outra parcela da internet também se manifestou sobre o assunto: youtubers<sup>12</sup> asiáticos-americanos. Canais como “Off the Great Wall”<sup>13</sup> e “FungBrosComedy”<sup>14</sup>

<sup>11</sup> Alguns: ““Fresh off the Boat (eps. 1-4) – Thanks, Asian America Needed That”  
[http://www.huffingtonpost.com/jonathan-kim/rethink-review-fresh-off\\_b\\_6698848.html](http://www.huffingtonpost.com/jonathan-kim/rethink-review-fresh-off_b_6698848.html), “Fresh Off The Boat is the first time I saw my childhood on TV. That’s why it’s important.”  
<http://www.vox.com/2015/2/10/8008953/fresh-off-the-boat-abc>

<sup>12</sup> Pessoas que produzem conteúdos originais para o site Youtube.

<sup>13</sup> “8 Things We Liked and Disliked About Fresh Off The Boat”:  
<https://www.youtube.com/watch?v=5FudvhNkBBa>

<sup>14</sup> “How do we relate to Fresh Off The Boat?!”: <https://www.youtube.com/watch?v=vDcCF-7ZhJk>



discutiram, além de parabenizar a iniciativa da série e agradecer por esse espaço representativo na TV, e apresentaram momentos culturalmente relacionáveis e problemáticas ligadas diretamente a comunidade asiática nos Estados Unidos. Algumas das considerações deles giravam em torno de estereótipos e questões mais pontuais como o personagem do pai na série ser “um homem branco preso em um corpo asiático” por causa do seu comportamento e esforço em se encaixar totalmente na cultura americana, o sotaque da personagem da mãe, que não soa taiwanês e o título da série não dar a conotação ideal a narrativa. Além dos conteúdos discutidos nos vídeos, o simples fato de pessoas se interessarem em fazer vídeos apontando cenas e diálogos da série em que eles se sentiram representados ou não, já é um dado que ratifica a importância de uma produção televisiva desse tipo e a raridade delas. A parcela branca da sociedade não precisa se pronunciar dessa forma, porque é algo tão comum as suas histórias serem contadas na mídia que já se tornou algo banal, mas isso é totalmente diferente no caso dos asiáticos-americanos e outras minorias.

## Conclusão

A luta pela representação racial é atual e necessária para evidenciar a multietnicidade da sociedade, reivindicar os direitos inerentes a todo cidadão, reformular ideias e quebrar preconceitos e estereótipos vinculados aos grupos raciais, minando, então, a dominância cultural existente e veiculada pela mídia. Ainda vivemos um momento delicado da representação midiática das minorias, um fato recente que reafirmou isso foi a lista de indicados ao 88º Oscar, em 2016, que apenas continha atores brancos. Porém, a televisão está lentamente levantando a bandeira das representações raciais, abrindo espaço de visibilidade para as minorias raciais no país. Partindo do fato que a comunidade asiática-americana é grande nos Estados Unidos, já era em tempo de suas culturas e rostos figurarem o *Prime Time* das emissoras. E, da parte dos canais, é interessante satisfazer demandas sociais do público e trazer novas narrativas com diferentes perspectivas e realidades. Podemos concluir também que, mesmo vivenciando a Era Pós-Network, a representação asiática em séries televisivas



continua diretamente ligada à TV aberta, já que a ABC é detentora das únicas produções protagonizadas por asiáticos-americanos.

“Fresh Off The Boat”, além de todas as considerações, é uma série que dá um passo importante para a abertura de novas produções sobre a minoria asiática-americana e também as minorias como um todo. O sucesso dessas séries são formas de resistência contra a dominância branca que tenta, além de “embranquecer” as diferentes representações raciais, apagar a multietnicidade e multiculturalidade das minorias raciais que formam os Estados Unidos e atualmente desenham uma nova ideia do que é “ser americano”.

## Referências

- GRIPSRUD, Jostein. Broadcast Television: **The Chances of its Survival in a Digital Era**. In Television after TV: Essays on a medium in Transition. Duke University Press. 2004.
- HILMES, Michele. **Only connected: A Cultural History of Broadcasting in the United States**. Cengage Learning. Massachusetts, EUA. 2011.
- KELLNER, Douglas. **Media Culture**. Londres: Routledge, 1995.
- LEE, Lena. **Young American immigrant children’s interpretations of popular culture: a case study of Korean girls’ perspective on royalty in Disney films**. Journal of Early Childhood Research. 7: 200. 200-215. 2009.
- LOTZ, Amanda. **Television Will Be Revolutionized**. New York University Press. Nova Iorque. 2007.
- MITTELL, Jason. **Narrative Complexity in Contemporary American Television**. Project Muse: Scholarly journals online. University of Texas Press. 2006.
- ONO, Kent A., PHAM, Vicent N. **Asian Americans and the Media**. Polity Press. Cambridge. 2009.
- ROBINS, Kevin, AKSOY, Asu. **Whoever Looks Always Finds: Transnational Viewing and Knowledge-Experience**. In Transnational Television Worldwide: Towards a New Media Order. 2005.
- TAYLOR, Taylor R., LEE, Ju Yung. **Not in Vogue: Portrayal of Asian americans in Magazine Advertising**. Journal of Public Policy & Marketing. 13: 2. 239-245. 1994.
- ZHOU, Min. **Are Asian American becoming “White”?**. Context. 3: 1. 29-37. 2007.
- ZOOK, Kristal. **Color on Fox: The Fox Network and the Revolution in Black Television**. Oxford University Press. Nova Iorque. 1999.