

Análise do Conteúdo

Grupo: Alice Abreu, Guilherme Leonor, João Pedro da Costa e Mariana Brugiolo



No tweet do dia 18 de fevereiro, a Netflix responde um post da empresa NET, onde a mesma diz ter acabado de assistir a série *You* e pede uma nova recomendação. A Netflix então a diz para assistir *The Umbrella Academy*. Ainda diz ser suspeita para falar sobre a série, já que é ela quem produz, mas que é incrível.



O tweet do dia 23 de fevereiro mostra uma correlação entre duas series originais da plataforma, já que o ator Cameron Britton fez as duas series e está irreconhecível de um papel para o outro. A Netflix assim consegue chamar a atenção tanto para o fã da série *Mindhunter* de 2017 quanto para a nova que é a *The Umbrella Academy* fazendo o fã que gostou do personagem/ator em uma destas series possa assistir a outra.



No tweet do dia 23 de fevereiro, a Netflix colocou um pequeno vídeo em loop da transmissão do Oscar, onde um homem desce perto a plateia através de cabos e com um guarda-chuva em mãos. Na legenda, a empresa diz amar essa cena de *The Umbrella Academy*, fazendo uma alusão ao objeto, já que, em inglês, ‘guarda-chuva’ é ‘umbrella’, o nome da série.



O tweet de 05 de março na conta da Netflix apresenta um dos personagens da série, chamando a atenção para o estilo do mesmo. Usando de uma linguagem informal a empresa além de anuncia o produto, no caso a serie analisada em sua plataforma também faz uma interação com os fãs, já que o personagem Klaus (Robert Sheeran) é um dos preferidos das pessoas que a assistiram.



Após o tweet sobre o personagem Klaus, ainda no dia 5 de março, uma conta de fã responde a Netflix dizendo que a empresa ama *The Umbrella Academy*, assim como ela também. A produtora responde então para que ela e a fã “se abracem” e enalteçam juntas a série.