

“Severance” – crédito da imagem: Apple



Um relatório incompleto afirma ter calculado a receita precisa que a Apple TV + obteve com programas importantes como “Severance”, mas os números parecem ser suposições que ignoram como o modelo de negócios da empresa é diferente de todos os outros streamers.

“Severance” é, sem dúvida, um sucesso muito comentado para a Apple TV +, mas além do lançamento em Blu-ray, a única receita que pode fornecer à Apple é o número de assinantes que atrai para o streamer. A Apple ainda não divulgou nenhum número de assinantes, mas de acordo com *Prazo final* uma empresa afirma que calculou o valor financeiro dos programas da Apple TV +.

A empresa de [pesquisa](#) Parrot Analytics não divulgou seu relatório completo e não compartilha detalhes do que chama de metodologia de avaliação de conteúdo. Ao contrário de qualquer outro streamer, porém, a única fonte de receita do Apple TV+ é a assinatura.

Existem muito poucos lançamentos de séries da Apple TV + na mídia física, mas eles parecem ser impulsionados por acordos de licenciamento negociados pela produtora de origem. A Apple não tem um braço de [distribuição](#) que faça negócios com Blu-ray.

Também é possível que a Apple obtenha receitas de onde seu serviço é exibido em pacotes com outros streamers e serviços de televisão, como o Canal +, ou em companhias aéreas como a Air Canada. Se a Apple estiver sendo paga por eles, em vez de apenas usá-los para ampliar ainda mais seu alcance, nem a Apple nem as empresas de agrupamento divulgarão os valores.

Consequentemente, o cálculo da Parrot Analytics deve basear-se em como se acredita que o número de assinantes aumenta em torno do lançamento de programas ou episódios específicos. Embora não esteja claro quão precisas podem ser as estimativas da Parrot Analytics sobre isso, desde que seu fornecimento seja consistente, pode-se esperar que a empresa determine se um programa atraiu mais assinantes do que outro.



Alega-se que “Ted Lasso” rendeu à Apple mais de US \$ 600 milhões - crédito da imagem: Apple

A empresa vai além, porém, ao atribuir valores específicos em dólares a alguns dos principais programas do serviço. De acordo com seus números:

- A primeira temporada de “Severance” arrecadou mais de US\$ 200 milhões
- “Slow Horses” arrecadou US\$ 184,8 milhões
- “The Morning Show” totalizou US\$ 299,4 milhões
- Ted Lasso gerou US\$ 609,4 milhões

Observe que, mesmo que sejam precisos, nenhum desses números leva em consideração os custos de produção ou marketing de qualquer um desses programas.



De acordo com *Praza final* Parrot Analytic também afirma que examina como os programas geram receita em mercados de todo o mundo. Esta é outra área onde o Apple TV+ é incomum, porque mesmo que às vezes falhe, sempre visa obter direitos globais para todos os seus programas e [filmes](#).

Conseqüentemente, é improvável que algum dia emule outras emissoras e licencie remakes locais de programas em diferentes idiomas. Para a Apple, os programas já estão em todos os territórios, e outra emissora explorando suas séries seria apenas concorrência.

Reter espectadores

Há outro aspecto do streaming que o Parrot Analytics afirma relatar, mas também é problemático. Todo serviço de streaming tem o que é chamado de taxa de rotatividade, que é quantas pessoas saem em comparação com quantas ingressam.

Novamente, a Apple não relata nada disso. Mas a Parrot Analytics afirma ter calculado que programas como “Severance” geram receita para a Apple porque continuam atraindo novos assinantes.

Isso certamente é verdade, mas apesar da Apple TV + tender a espaçar seus principais programas, ainda há momentos em que não fica claro o que está impulsionando as assinaturas. Esse é especialmente o caso desde que a Apple TV + começou a transmitir jogos esportivos da MLS, cuja temporada dura meses.

A Parrot Analytics afirma ainda, porém, que “Severance” ganhou dinheiro com o que seu estrategista Brandon Katz descreve como “visualização atualizada e re-assistir de fãs famintos”. Essa afirmação deve ser baseada na retenção de assinantes, mas não está nem remotamente claro como pode ser determinado que uma série os mantém assistindo e assistindo novamente.

Talvez a metodologia da Parrot Analytics inclua questionários de audiência, como as empresas de classificação típicas usam. Mas a Parrot Analytics afirma que foi essa retenção e atração de novos assinantes que foi como “Severance” ganhou seu valor de US\$ 200 milhões.

A empresa também parece alegar que é por causa dessa retenção que a segunda temporada de “Severance” está sendo lançada um episódio por semana, em vez de cair tudo de uma vez. Mas a primeira temporada fez a mesma coisa.

No geral, então, até que a metodologia de pesquisa seja explicada e justificada, os números da Parrot Analytics são questionáveis. Mas, novamente, qualquer que seja o seu fundamento, se as fontes forem consistentes, é possível fazer comparações.

Nesse caso, é justo dizer que os números mostram que “Severance” é um sucesso. Também é justo dizer que todos nós já sabíamos disso - e que é provável que a Apple não se importe



com a receita potencial dos programas.

Não é que a Apple seja perdulária - ela está supostamente trabalhando para cortar custos - mas a Apple ganha dinheiro com a venda de iPhones, não com a Lumon Industries.