

Mercado Gospel dispara durante a pandemia e movimentada a internet

As necessidades que surgiram em meio à pandemia possibilitaram que empresas crescessem de forma rápida. Neste cenário, a Püblysh, empresa focada no mercado cristão, destacou-se sob a liderança do profissional Paulo Nascimento.

09/10/2020 14:28:20

A migração repentina para o universo digital pegou muita gente de surpresa. Muitas empresas, autônomos e artistas não esperavam que em 2020 houvesse, de forma repentina, uma mudança tão significativa no mercado. De repente o que era presencial virou online e a disputa ficou ainda mais acirrada.

Nos primeiros meses da Pandemia o número de streaming em playlists de conteúdo cristão em aplicativos como Spotify e Deezer deram uma guinada segundo dados apresentados em buscas do Google e levantamento da própria Deezer, conforme noticiado em outros portais, que notou um aumento no volume da busca por conteúdos religiosos, com isso, a necessidade de entregar conteúdo relevante em outras plataformas se fazia urgente. Comparando o período da pandemia (março a maio) com o trimestre anterior (dezembro a fevereiro), os artistas Gospel que tiveram maior aumento de streaming foram o cantor Fernandinho, com crescimento de 14,28%, e Diante do Trono, liderado por Ana Paula Valadão, com crescimento de 23,25%.

Ganhou quem estava vindo no fluxo mesmo antes da pandemia, pois mesmo havendo a necessidade de se produzir mais conteúdo a prática já era adotada e a comunicação através das plataformas já existia de forma consciente e elaborada.

Dentro desse panorama gerado pela pandemia, a agência Püblysh, situada em Curitiba e liderada por Paulo Alberto Nascimento, ocupou um lugar de destaque no cenário cristão, ao lado de artistas como Fernanda Brum (Sony Music), Gabriela Gomes (Universal Music), Julia Vitoria (Musile Records), Elizeu Alves (Mk Music), Som do Reino (André Aquino, Morada, Alessandro Villas Boas, Thamires Garcia, Jeremiah Bowser), Jefferson e Suellen, João Figueiredo (OniMusic), Kathleen Jungles e outros.

"Quando iniciei o projeto da Püblysh e suas áreas de atuação, eu claramente trouxe aquilo de melhor que eu tinha vivenciado na última década inserido no mercado. Hoje, as pessoas me questionam

como chegamos em uma estrutura física tão completa e com entregas tão assertivas. Nenhuma resposta seria tão certa como dizer que isso nasceu depois de muito estudo, laboratórios e experiência", diz Paulo Nascimento, CEO da empresa.

Os clientes que estão na vitrine da agência somam no YouTube mais de 1 bilhão de views, têm números expressivos nas redes sociais e milhões de streaming nas plataformas digitais.

"Conduzir um projeto tão desafiador como esse é como se eu vivesse em um desafio por dia. O mercado muda muito, os públicos são diferentes e a gente busca entregar sempre o que há de novidade dentro do perfil de cada cliente. Porém, me sinto honrado em estar em um posto que me permite ver as nossas estratégias e ideias sendo vistas, comentadas e seguidas por milhares de pessoas e dezenas de outros artistas", afirmou Paulo Nascimento, que em Setembro levou o Prêmio de Profissional do Ano na área de Comunicação Cristã no Melhores do Ano Gospel 2020, o terceiro prêmio reconhecido no Brasil que o profissional recebe e liderou um dos principais módulos em um curso digital para cristãos no Brasil ao lado de grandes nomes, como Aline Barros.

Para profissionais do meio, o desafio é constante. Por semana são mais de 20 mil músicas inseridas nas plataformas, dezenas de novos artistas, centenas de novas contas de pessoas que querem gerar conteúdo e o espaço cada vez mais fica acirrado. Para André Aquino, Ministro de louvor e produtor, cliente da Püblysh, há um diferencial muito grande na metodologia que a empresa desenvolveu, pois consegue abraçar todas as áreas que um artista necessita. "No mercado hoje você precisa contar com vários profissionais para produzirem uma única entrega. O que vi na liderança do Paulo Alberto é que ele conseguiu mesclar todas as necessidades produzindo uma entrega de extrema qualidade".

Os cases, campanhas e engajamentos obtidos pela empresa têm movimentado o mercado gospel, que atravessa período de constante mudança.