

Apostando no audiovisual, estúdios

Empresendedores se adaptam às demandas de mercado e encontram novas oportunidades para expandir

➔ NEGÓCIOS

JÚLIA FERNANDES

juliaf@jcrs.com.br

Nos últimos anos, a expansão do mercado de produção audiovisual se tornou uma realidade em Porto Alegre. No mercado nacional, o setor gerou R\$ 32,7 bilhões à economia em 2024, conforme levantamento da Agência Nacional do Cinema (Ancine). Dados da Secretaria da Cultura do Rio Grande do Sul (Sedac) estimam que o Rio Grande do Sul é o terceiro estado que mais investe em produções audiovisuais no Brasil. Outro movimento que contribui para essa aceleração é a chamada *creator economy* — economia dos criadores — que cada vez mais buscam por serviços oferecidos pelas produtoras.

Negócios desse segmento estão formando um ecossistema robusto. A pandemia de Covid-19 é apontada como o ponto de virada para o setor. A restrição de atividades presenciais forçou a aceleração do consumo de conteúdo digital, de educação on-line e de eventos híbridos, criando uma demanda massiva por infraestrutura profissional.

Entre tantos empreendimentos que surgiram durante a pandemia está o **Studio Prohub** que, segundo Victor Abs Cruz, um dos sócios, começou antes mesmo do nome existir. "Comecei a empreender sempre desde cedo, foi algo que me acompanhou", conta. Antes do negócio, ele já operava uma distribuidora de peças para celulares, com

atuação nacional.

A virada veio em meio à situação da Covid. Como tantas outras, as operações do empresário foram impactadas drasticamente. "Meus negócios pararam de produzir de uma forma geral. Na mesma estrutura do empreendimento de celulares, eu tinha uma produtora de audiovisual para eventos", lembra Victor. Ainda assim, ele conseguiu seguir com o serviço de manutenção de celulares, por ser considerado essencial.

Olhando para um contexto que exigia adaptação, o empresário decidiu apostar de maneira mais robusta em um dos seus negócios. "Comecei a perceber, na época, a migração de comunicadores tradicionais para o digital. Entendi que precisava olhar para isso com mais atenção" conta Victor.

Segundo o empresário, grandes nomes estavam deixando emissoras para criar conteúdo próprio, e as marcas patrocinadoras começaram a acompanhá-los.

"Pensei 'tem dinheiro envolvido nesse mercado'", afirma. Essa constatação foi o ponto de partida para a criação da Prohub. Em apenas 16 dias, o primeiro estúdio foi montado e, no 17º, já contava com um cliente.

Fundada oficialmente em 2021, a Prohub começou com três sócios e, hoje, conta com 32 colaboradores. Os números dimensionam o crescimento do negócio em cinco anos.

São mais de 2 mil projetos desenvolvidos, mais de 20 mil episódios de podcast gravados e mais de 2 bilhões de visualizações acumuladas nas multiplataformas. Atualmente, cerca de 75 produtos diferentes rodam simultaneamente na empresa.

No Rio Grande do Sul, a Prohub foi pioneira na estruturação profissional de estúdios de podcast. "Nós criamos esse



Victor Abs da Cruz é um dos sócios do Prohub, que oferece diversos serviços audiovisuais

mercado 100% no Estado", afirma Victor. A empresa não apenas ofereceu estrutura técnica, mas também ajudou a definir padrões de preço, qualidade e operação. Esse pioneirismo teve impacto direto no ecossistema local, incentivando o surgimento de novos estúdios e ampliando a oferta de conteúdo digital.

A proposta da Prohub sempre foi ir além da gravação. Desde o início, a empresa estruturou uma solução 360°, que inclui roteiro, produção, edição e distribuição. "O cara tinha que pensar no conteúdo, o resto a gente resolvia", explica Victor. Esse modelo facilitou a entrada de profissionais e empresas no universo digital, especialmente aqueles que não tinham experiência com comunicação.

Estruturação depois do pioneirismo

Com o amadurecimento do mercado, a empresa também evoluiu. Hoje, o podcast é visto como porta de entrada e ferramenta estratégica, mas não mais como único produto. "Ele funciona para fluxo e visibilidade, mas o tíquete é mais baixo", analisa Victor. Em paralelo, a Prohub expandiu sua atuação para eventos, campanhas e projetos especiais, que oferecem maior retorno financeiro e impacto.

No segmento esportivo, a empresa encontrou uma de suas principais frentes de crescimento. A cobertura de eventos se tornou uma especialidade, com múltiplas equipes atuando simultaneamente. "Normalmente, estou com três ou quatro eventos ao mesmo tempo", conta Victor. Em 2025, foram 292 eventos produzi-

dos. A estratégia envolve não apenas registrar o evento, mas gerar conteúdo contínuo antes, durante e depois. "Faço com que o teu evento tenha mais visibilidade e gere dinheiro novo", afirma.

Essa abordagem inclui estúdios montados dentro dos eventos, entrevistas com participantes e produção de conteúdos que mantêm o público engajado ao longo do ano.

A empresa também prepara projetos de grande escala, como coberturas internacionais. "Vamos cobrir a Copa do Mundo por 45 dias", revela Victor, destacando que estão entre as duas marcas do Rio Grande do Sul que irão cobrir o evento.

Conteúdo é pilar para a economia

Para a Prohub, o movimento da *creator economy* é claro: o conteúdo é uma ferramenta de construção de autoridade e conexão. Para a empresa, o valor não está apenas em viralizar, mas em gerar relevância consistente.

"Isso é uma construção, não acontece da noite para o dia", explica Victor. O podcast, nesse sentido, se destaca por permitir conversas mais autênticas e profundas, fortalecendo a relação entre criador e audiência.

Além disso, a empresa identifica uma mudança no comportamento das marcas. Antes focadas em grandes audiências, agora buscam conteúdos mais segmentados e estratégicos. Isso abriu espaço para empresas de diferentes áreas, da saúde ao varejo, utilizarem o formato como ferramenta de marketing e posicionamento.

Expansão do negócio

Entre os projetos futuros, a Prohub aposta na educação. A ideia é criar uma espécie de academia voltada para criadores, formando profissionais mais preparados e alinhados com o mercado. "Quero explicar para esse cara como melhorar a performance do negócio dele", afirma Victor. Essa iniciativa também visa fortalecer o próprio ecossistema, gerando demanda mais qualificada.

De olho no futuro

Em termos de expansão, a empresa já estuda novos espaços, incluindo um estúdio de grande porte dentro da Pucrs, onde a empresa está instalada. A meta é consolidar ainda mais sua posição como hub de produção de conteúdo, especialmente no segmento esportivo.

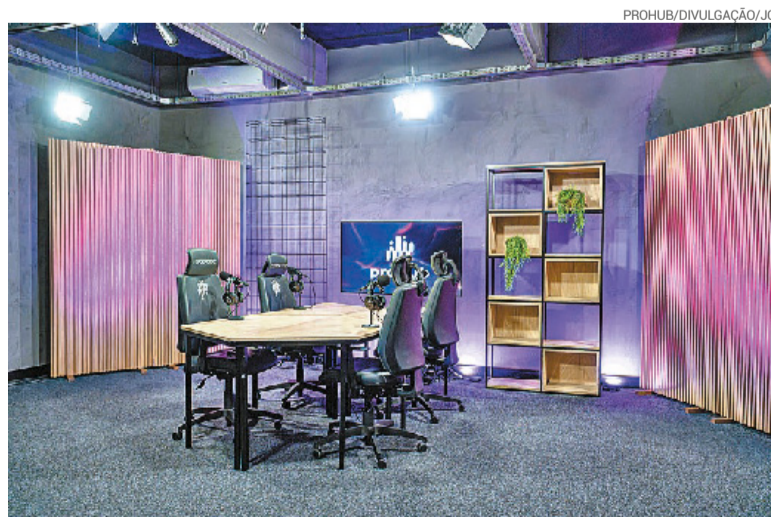
Apesar do crescimento acelerado, Victor mantém uma visão centrada nas relações humanas.

"O sucesso está na relação que tu crias com as pessoas nesse caminho", afirma, apontando que a confiança construída com clientes e parceiros é um dos principais ativos da empresa.

Olhando para trás, a trajetória é marcada por improviso e persistência. "Eu que coleí as placas acústicas no início, no primeiro estúdio", lembra Victor.

Informações gerais

A estrutura de estúdios da Prohub fica dentro da Pucrs, no prédio 7, da Famecos, na avenida Ipiranga, nº 6681, no bairro Partenon, em Porto Alegre. O contato é pelo número (51) 98133-2930. Mais informações pelo Instagram (@studioprohub).



Os estúdios da Prohub ficam na Pucrs, em Porto Alegre