

expandem negócios em Porto Alegre



Pedro Alberto Franco e Alex Junior Reidel comandam o Save Studio

Estrutura com vista panorâmica para o Guaíba é aposta de empreendedores

Natural de Nova Petrópolis, Alex Junior Reidel é um dos sócios da **Save Studio**, produtora de audiovisual inaugurada em 2025 e localizada no Instituto Caldeira. Ao lado dele, seu sócio, Miguel Andorffy, foi quem pensou na parceria, que começou anos atrás. Miguel comandava a Me Salva, startup de educação que consistia em um cursinho preparatório online para o vestibular e para o Enem. Com formação em cinema, Alex entrou na empresa em 2018 como estagiário e, com o tempo, foi se desenvolvendo dentro da

empresa e auxiliando no processo de transmissão das aulas. "Em 2020, o negócio passou a ter muita demanda, porque as pessoas não conseguiam ir para a escola e precisavam se preparar para o Enem", conta Alex.

Anos depois, Miguel vendeu a empresa, e Alex voltou para Serra para seguir trabalhando na área. O convite para abrir um negócio chegou anos depois. "Ele entrou em contato comigo e disse 'vamos abrir um estúdio em Porto Alegre', e eu só respondi 'bora'", conta Alex, sobre o início do Save Studio.

Atualmente, o negócio se prepara para inaugurar, nos próximos dias, um segundo espaço em Porto Alegre, agora com localização no Pontal Shopping, na Zona Sul.

A ideia inicial dos sócios era apostar em um local onde haveria um potencial público, como o bairro Moinhos de Vento, devido à grande presença de profissionais da saúde que buscam pelo serviço. "O nosso sonho era o Instituto Caldeira, mas era um sonho distante", comenta Alex, contando que, em seguida, entraram em contato com a equipe de marketing do hub. A partir de uma parceria que viabiliza os projetos audiovisuais do Instituto, o Save Studio ganhou seu primeiro espaço em Porto Alegre. "Quando veio essa ideia, logo chamei o Pedro, que já trabalhava comigo em Nova Petrópolis há uns oito anos. Aqui, ele é meu braço direito, esquerdo e minhas pernas", brinca Alex, sobre a relação com Pedro Alberto Franco, que toca a operação com ele.

Ainda na Serra, Alex e Pedro já estavam à frente de projetos com grandes marcas, como Sicredi, Dakota e Grupo Sugar Shoes. Segundo o sócio, o setor calçadista era o segmento com maior número de clientes. Aqui na Capital, devido à localização, o público mudou. A maioria dos clientes que busca os serviços do estúdio é do setor de tecnologia. "Todos os eventos que acontecem dentro do Instituto Caldeira a gente cobre. Isso faz muita gente nos conhecer", comenta Pedro. Alex aponta que a relação contrária também acontece: empresas que

vão até o estúdio gravar e, depois de conhecerem o espaço, tornam-se membros do Instituto.

Atualmente, o carro-chefe do negócio são os podcasts e videocasts, consequência também da estrutura do espaço, que foi pensada para esse produto. Conforme Pedro e Alex, a produção de conteúdo audiovisual é um setor que exige não apenas alta capacidade técnica, mas também uma visão estratégica de mercado para se diferenciar em um cenário de rápida evolução. Com isso, é necessário que o negócio abranja uma vasta gama de produtos para atender às necessidades digitais das empresas.

O Save Studio utiliza uma abordagem técnica, como captação com três câmeras 4K independentes e áudios separados, o que garante maior flexibilidade na edição final. "São poucos lugares que fazem isso. Por esse motivo, acho que tem espaço para todo mundo no mercado", aponta Alex.

Entre os demais serviços, estão as produções de conteúdos orgânicos e anúncios pagos para as redes sociais, coberturas de eventos presenciais, fotografia e realização de eventos híbridos, com transmissões ao vivo para o público online. Outro destaque do negócio é na linha de educação e treinamento corporativos, que representam uma fatia significativa da demanda de grandes clientes. "Muita gente que atua nos setores de treinamento nos procura. É um dos serviços que mais fazemos", conta Alex.

Apesar do crescimento da

marca, o sócio aponta alguns desafios relacionados à desvalorização do serviço. Devido à popularização do serviço, muitas vezes realizado de forma amadora, "o desafio maior é educar o cliente sobre os diferentes níveis de qualidade e o alto custo de manutenção de uma estrutura profissional", explica Alex, comentando sobre o investimento para abrir o primeiro estúdio, avaliado em R\$ 50 mil.

Mais do que realizar a captação de imagens, o diferencial, segundo Pedro, está em ser um prestador de serviço que resolve as demandas do cliente sem gerar novos problemas. "A gente sente que a contratação de uma produtora externa acaba criando para as empresas a obrigação de produzir conteúdo. Escutamos muito isso aqui", acrescenta Alex.

O novo estúdio no Pontal representa a expansão do negócio. Com uma proposta estética e funcional diferente da sede original no Instituto Caldeira, o local fica no 22º andar, com vista panorâmica para o Guaíba. O espaço no Pontal busca uma pegada mais confortável e intimista. A decoração inclui tons mais escuros, persianas e iluminação com abajures, criando um ambiente mais acolhedor. A nova estrutura foi pensada estrategicamente para atrair profissionais das áreas jurídica e da saúde, que demandam um cenário com identidade visual mais sóbria ou específica. "Vão ser clientes que preferem um local mais reservado, sem o fluxo constante de pessoas passando", aponta o sócio.

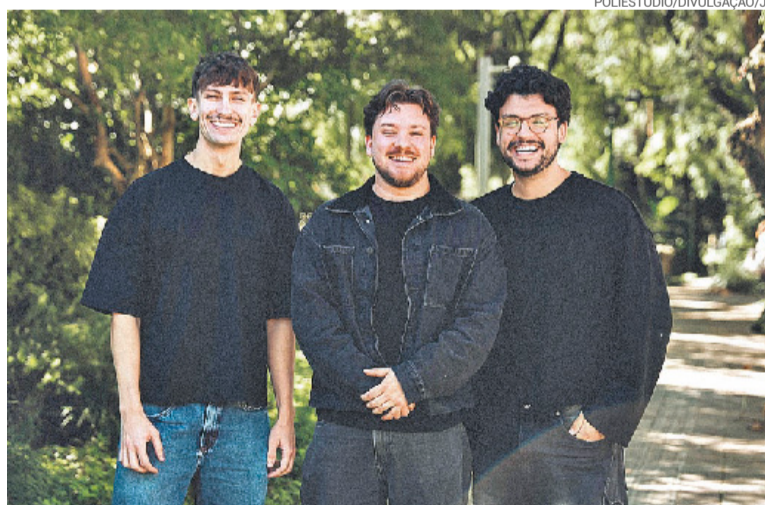
Da bolsa de estágio ao negócio consolidado na Capital

Dois jovens estudantes da Ufrgs e um investimento inicial que surgiu da bolsa de um estágio. Alguns negócios não nascem da forma ideal, mas do jeito possível. Idealizado pelos empreendedores Bruno Petinelli e Felipe Huff, o **PoliStudio** é um espaço de locação e produção audiovisual no Centro Histórico de Porto Alegre. O negócio nasceu de outra marca que os sócios já lideravam, a Poliverso, produtora audiovisual focada no digital.

A ideia do espaço físico veio a partir da necessidade de um escritório que atendesse a primeira marca e operasse como um laboratório de criação, além de ser uma forma de monetizar a estrutura por meio de locações externas. Bruno ainda estava na faculdade de Relações Públicas quando se juntou ao seu sócio na Poliverso, em

2020. "Nunca tinha trabalhado com audiovisual e comecei a ver isso como uma possibilidade de empreender durante a faculdade", comentou Bruno. A partir disso, os amigos começaram a entender de que forma o negócio se estruturaria naquele momento. "Conversamos e pensamos nas possibilidades a partir dessa união: eu com meu lado mais de atendimento e planejamento comercial, e ele, que é mais técnico, ficou com a parte de captação e edição", conta o empreendedor.

Inicialmente, os dois chegaram a trabalhar com cliques musicais, mas entenderam que era necessário mudar o foco para consolidar a marca. "Não estar no eixo Rio e São Paulo te limita em alguns aspectos", aponta Bruno, sobre a aposta inicial na cena cultural. "O nosso divisor de águas foi ter



Felipe Huff, Bruno Petinelli e Paulo Munhoz, do PoliStudio

fechado com a Renner e com a Braskem. Foram os nossos primeiros grandes clientes", lembra. Com o novo momento, o movimento foi buscar mais profissionalização, além de estudar mais o mercado. Com isso, a produtora foi separada

em três categorias: publicidade, moda e institucional.

Com o crescimento, surgiu a necessidade de dar um passo a mais na estrada do empreendedorismo. "Para a empresa crescer, a gente precisava ir para um espaço, trabalhar junto. E a

ideia desde o início era que, se fôssemos para um espaço, ele precisaria ser monetizado."

Os sócios encontraram uma sala em um prédio na Siqueira Campos, no Centro Histórico, e, em fevereiro de 2024. Em razão das enchentes, o espaço abriu em outubro.

"O nosso espaço pode ser locado por horas ou por meio de assinaturas recorrentes", explica Bruno sobre os modelos de locação.

Segundo o empreendedor, o PoliEstúdio funciona como uma peça central no grupo de marcas de Bruno e Felipe, que inclui a Poliverso e, recentemente, a Garfo — vertical de negócios dedicada exclusivamente ao setor de gastronomia, comandada também pelo empreendedor Paulo Munhoz. "É um mercado muito rico que tem uma demanda reprimida", observa Bruno.