RELATÓRIO EXECUTIVO

A audiência da PauloSalvadorTV

Projeto editorial independente sobre gastronomia, alimentação e cultura, com distribuição multiplataforma.

15,12 M
Visualizações Meta
Facebook + Instagram · 3 mar. – 4 nov.

249 339
Impressões LinkedIn
Perfil pessoal · 3 jan. – 5 nov.

10 284,4 h
Tempo visto no YouTube
1 mar. – 5 nov.

+1 055
Subscritores líquidos
YouTube · 1 mar. – 5 nov.

Resultados por plataforma

Indicadores reportados por canal · janelas de medição próprias

Instagram	**5 623 421 visualizações**	Meta · 3 mar. – 4 nov. 2026
Facebook	**9 493 569 visualizações**	Meta · 3 mar. – 4 nov. 2026
TikTok	**1 864 438 visualizações**	365 dias até 3 nov. 2026
YouTube	**150 835 visualizações · 10 284,4 h**	1 mar. – 5 nov. 2026
LinkedIn	**249 339 impressões · 108 614 membros**	Perfil pessoal · 3 jan. – 5 nov. 2026

O que revelam os dados

Grande distribuição — 15,12 M de visualizações Meta e 1,86 M no TikTok, em janelas diferentes.

Alcance profissional — 108 614 membros alcançados no LinkedIn; 84% das impressões fora da rede.

Consumo em profundidade — 10 284,4 horas vistas no YouTube, em 150 835 visualizações.

Três casos de estudo

Entrevistas, literacia alimentar e cobertura de eventos.



GASTRONOMIA

Ljubomir Stanisic

RESULTADOS MULTIPLATAFORMA

Facebook	2 153 951
Instagram	1 460 897
TikTok	864 000
YouTube + LinkedIn	27 422
TOTAL	4 506 270

FORMATOS PRODUZIDOS

Entrevista integral · reels/clips temáticos · perguntas rápidas · excertos temáticos.



ALIMENTAÇÃO E LITERACIA

Isabel do Carmo

RESULTADOS MULTIPLATAFORMA

Facebook	2 547 395
Instagram	912 733
TikTok	335 359
YouTube + LinkedIn	1 207
TOTAL	3 796 694

FORMATOS PRODUZIDOS

Entrevista integral · reels por temas · dicas de literacia · carrosséis informativos.



COBERTURA DE EVENTOS

Mundial de Sommeliers Lisboa 2026

RESULTADOS MULTIPLATAFORMA

Facebook	466 180
Instagram	399 107
TikTok	27 378
YouTube + LinkedIn	30 169
TOTAL	922 834

FORMATOS PRODUZIDOS

Entrevista principal · diário do Mundial · perguntas flash · reels temáticos.

Os totais dos casos somam visualizações e impressões reportadas por plataforma; não representam pessoas únicas. Impressões LinkedIn foram contabilizadas como views nos casos, conforme critério acordado.

AUDIÊNCIA & PARCERIAS

Quem acompanha. Como descobre.

Perfil documentado por plataforma, sinais de distribuição e possibilidades de colaboração editorial.

Perfil de audiência por plataforma

Facebook

77,8% dos seguidores têm 45+.
92,6% em Portugal.

Seguidores · distribuição lifetime

Instagram

66% dos seguidores têm 45+.
57% mulheres · 83,8% em Portugal.

Perfil dos seguidores

TikTok

56% dos seguidores são mulheres.
86,5% em Portugal.

Sem distribuição etária documentada

YouTube

74,7% das views vêm de públicos 45+.
78,1% das views são de homens.

84 486 visualizações com origem em Portugal

LinkedIn · perfil pessoal

53% na Área Metropolitana de Lisboa.

Senioridade: Senior 30% · Director 12% · CXO 6% · Manager 6%.

Distribuição e descoberta

FACEBOOK · 1 MAR. – 4 NOV. 2026

Alcance para além dos seguidores

89,8% views de não seguidores

97,5% das visualizações atribuídas a Reels.

LINKEDIN · 3 JAN. – 5 NOV. 2026

Descoberta fora da rede

84% impressões fora da rede

108 614 membros alcançados no perfil pessoal.

YOUTUBE · 1 MAR. – 5 NOV. 2026

Recomendação e navegação

87,8% das visualizações

132 481 de 150 835 views vieram de navegação e vídeos sugeridos.

Potencial editorial e de parceria

Conteúdos de marca

Integrados em entrevistas e reportagens.

Cobertura editorial

Eventos, pessoas e territórios.

Literacia alimentar

Alimentação, cultura e sustentabilidade.

Produção multiplataforma

Vídeo, reels, podcast e artigos.

LEITURA DOS DADOS

Cada plataforma mede um universo diferente — seguidores, visualizações, membros alcançados ou impressões. Os perfis não devem ser somados nem interpretados como uma audiência única. LinkedIn refere-se ao perfil pessoal de Paulo Salvador.

Fontes e períodos: base consolidada 2026; Meta (3 mar. – 4 nov.); perfis demográficos lifetime/seguidores; TikTok (365 dias até 3 nov.); YouTube (1 mar. – 5 nov.); LinkedIn (3 jan. – 5 nov.).