v7.n7.2026

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

A COMUNICAÇÃO DIGITAL DA PMPR NO YOUTUBE: ANÁLISE DA LINHA EDITORIAL E DO ENGAJAMENTO INSTITUCIONAL

DIGITAL COMMUNICATION OF PMPR ON YOUTUBE: ANALYSIS OF THE EDITORIAL STRATEGY AND INSTITUTIONAL ENGAGEMENT

LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA PMPR EN YOUTUBE: ANÁLISIS DE LA LÍNEA EDITORIAL Y DEL COMPROMISO INSTITUCIONAL

Wagner Luiz Rocha Aresta[1]

e778466
https://doi.org/10.47820/recima21.v7i7.8466

PUBLICADO: 07/2026

RESUMO

A comunicação institucional na segurança pública historicamente enfrenta o enquadramento sensacionalista dos canais convencionais. As mídias digitais, contudo, viabilizaram a desintermediação e a soberania narrativa. Este artigo analisa a evolução da comunicação da Polícia Militar do Paraná (PMPR) em seu canal no YouTube, terceiro maior do segmento no país. O objetivo é identificar os fatores de engajamento, os bastidores técnicos e a relevância institucional dos conteúdos, mediante análise de conteúdo quali-quantitativa dos dez vídeos de maior audiência, complementada por um levantamento amostral com policiais ingressantes na corporação. Os resultados demonstram que o impacto da PMPR afasta-se da espetacularização e sustenta-se em quatro pilares: utilidade pública/instrução (segurança e concursos); cultura militar (hierarquia, postos e graduações e códigos); proximidade/humanização (cultura, música e curiosidades); e o cotidiano e a prática operacional (rotina das unidades). Conclui-se que a estruturação de equipe interna, o planejamento técnico e a modernização da linguagem fortaleceram a presença digital da instituição. Ao adotar um formato audiovisual mais próximo da sociedade, sem abdicar do rigor institucional, a comunicação conquistou sólida credibilidade comunitária e cumpriu sua função pedagógica e doutrinária.

PALAVRAS-CHAVE: Polícia Militar. Comunicação Pública Digital. Segurança Pública. YouTube. Credibilidade Institucional.

ABSTRACT

Institutional communication in public safety historically faces the sensationalist framing of conventional media. Digital media, however, enabled disintermediation and narrative sovereignty. This article analyzes the evolution of communication by the Military Police of Paraná (PMPR) on its YouTube channel, the third largest in the segment in the country. The objective is to identify engagement factors, technical backstage processes, and the institutional relevance of the content, through a mixed-methods content analysis of the ten highest-audience videos, complemented by a survey of recently recruited police officers. The results demonstrate that PMPR's impact moves away from sensationalism and is sustained by four pillars: public utility/instruction (safety and recruitment examinations); military culture (hierarchy, ranks, and codes); proximity/humanization (culture, music, and curiosities); and everyday and practical operations (routine of the units).

[1] Universidade Positivo, graduado em Comunicação Social/habilitação em Jornalismo.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

It is concluded that the structuring of an internal team, technical planning, and language modernization strengthened the institution's digital presence. By adopting an audiovisual format closer to society, without abandoning institutional rigor, the communication achieved solid community credibility and fulfilled its pedagogical and doctrinal function.

KEYWORDS: *Military Police. Digital Public Communication. Public Safety. YouTube. Institutional Credibility.*

RESUMEN
La comunicación institucional en la seguridad pública enfrenta históricamente el encuadre sensacionalista de los medios convencionales. Los medios digitales, sin embargo, viabilizaron la desintermediación y la soberanía narrativa. Este artículo analiza la evolución de la comunicación de la Policía Militar de Paraná (PMPR) en su canal de YouTube, el tercero más grande del segmento en el país. El objetivo es identificar los factores de compromiso, los entretelones técnicos y la relevancia institucional de los contenidos, mediante el análisis de contenido cuali-cuantitativo de los diez videos de mayor audiencia, complementado por un levantamiento muestral con policías ingresantes en la corporación. Los resultados demuestran que el impacto de la PMPR se aleja de la espectacularidad y se sustenta en cuatro pilares: utilidad pública/instrucción (seguridad y concursos); cultura militar (jerarquía, rangos y códigos); proximidad/humanización (cultura, música y curiosidades); y el cotidiano y la práctica operacional (rutina de las unidades). Se concluye que la estructuración del equipo interno, la planificación técnica y la modernización del lenguaje fortalecieron la presencia digital de la institución. Al adoptar un formato audiovisual más cercano a la sociedad, sin abdicar del rigor institucional, la comunicación conquistó una sólida credibilidad comunitaria y cumplió su función pedagógica y doctrinaria.

PALABRAS CLAVE: *Policía Militar. Comunicación Pública Digital. Seguridad Pública. YouTube. Credibilidad Institucional.*

1. INTRODUÇÃO

A credibilidade dos órgãos de segurança pública perante os cidadãos é um patrimônio imaterial, profundamente influenciado pela comunicação institucional e pela percepção social de autoridade. Tradicionalmente, a construção da imagem pública das polícias militares esteve condicionada ao filtro dos meios de comunicação de massa tradicionais (televisão, grandes portais de notícias, rádio e jornais impressos). Como argumenta Duarte (2007), tal cenário gera uma subordinação à visibilidade mediada, em que o interesse público acaba confundido com as demandas mercadológicas da audiência. O autor defende que a comunicação pública precisa de independência para informar a sociedade sobre o escopo integral de suas ações.

Esse modelo de intermediação comumente priorizou o jornalismo policialesco, cujo enquadramento (*framing*) tende a focar no desfecho de ocorrências, na crise ou na espetacularização do fato delituoso, preterindo a complexidade técnica, o planejamento logístico e o caráter preventivo da atividade policial. Para Wolf (2005) o enquadramento seleciona e

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

organiza a realidade social. Essa dinâmica, ao privilegiar traços negativos, orienta a percepção do público e, por consequência, pode afetar a imagem da corporação.

Contudo, a consolidação da internet e o crescimento das plataformas de compartilhamento de vídeos em alta definição, com destaque para o YouTube, provocaram uma mudança nesse ecossistema informacional. Para a Administração Pública, e especificamente para a Polícia Militar do Paraná (PMPR), o ambiente digital viabilizou a transição para a "desintermediação informacional", permitindo que a corporação estabeleça um canal de diálogo direto, sem intermediários, com o cidadão. Esta autonomia discursiva confere à instituição o poder de gerenciar sua própria identidade digital, contrapondo-se a enquadramentos parciais ou descontextualizados. Segundo Duarte (2007), o uso de plataformas e canais próprios surgem, assim, como estratégia para neutralizar a pulverização da imagem da instituição, frequentemente provocada pelos valores-notícia (*news value*) da grande imprensa.

No cenário nacional, o canal oficial da PMPR no YouTube consolidou-se como o terceiro maior entre as polícias militares do Brasil em número de inscritos (127 mil) e um volume de 13 milhões de visualizações e 115 milhões de impressões (número de vezes que o conteúdo foi mostrado aos espectadores), posicionando-se à frente de corporações de estados com contingentes populacionais expressivamente maiores. De acordo com Burgess e Green (2009), o YouTube se diferencia entre as demais mídias sociais devido ao seu formato audiovisual e à sua vocação para o aprofundamento do debate. A plataforma permite, assim, a circulação de produções mais longas e detalhadamente contextualizadas.

Diante desse fenômeno quantitativo, mesmo sem recorrer a temas e conteúdos sensacionalistas, cria-se a necessidade de uma investigação qualitativa: qual é a natureza do conteúdo que gera interesse público no ecossistema digital da PMPR?

A relevância deste estudo, tanto no plano teórico quanto prático, sobressai ao observar que a PMPR construiu uma política editorial diferente de outras forças de segurança. Sob uma perspectiva comparativa, ao passo que o maior canal da área no país, a TV PMESP com 1 milhão de inscritos, baseia seu engajamento na transmissão recorrente de ações policiais e flagrantes, a instituição paranaense estruturou suas ações de comunicação com foco na utilidade pública, em curiosidades, na atração de um público com vocação para área de segurança pública, na valorização do policial militar e nas diversas atividades exercidas.

O presente artigo busca responder à seguinte questão-problema: De que forma os conteúdos de maior engajamento no canal do YouTube da PMPR refletem e consolidam as diretrizes de Comunicação Pública e a busca por legitimidade institucional? Para responder a essa indagação, este trabalho realiza uma análise de conteúdo dos dez vídeos mais visualizados

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

na história do canal, mapeando-os em matrizes temáticas e correlacionando-os com os conceitos de transparência, utilidade pública e policiamento comunitário. Além de adotar uma abordagem metodológica mista, amparada na análise de conteúdo de Bardin para mensurar a recepção pública digital no canal PMPR Oficial, o estudo incorpora, com peso metodológico equivalente, a análise do impacto dessa comunicação na percepção e no ingresso de militares estaduais integrados à corporação a partir de 2020, por meio de um levantamento amostral de caráter estritamente voluntário e anônimo.

1.1. O fenômeno da desinformação como gatilho para o protagonismo narrativo

A necessidade de consolidação de um canal próprio no YouTube ganhou contornos de urgência estratégica a partir de episódios reais de ruído informacional na mídia comercial. Um caso emblemático ocorreu em outubro de 2020, divulgado pelo portal de notícias *Banda B*, referente a um acidente de trânsito envolvendo um veículo conduzido por um policial militar e um ônibus do transporte coletivo, na região sul de Curitiba. Na ocasião, a cobertura inicial amparou-se no fato de o militar estadual estar fardado e armado e também, no relato informal de uma testemunha que, segurando um chimarrão na sacada da sua residência, afirmou à equipe jornalística que o policial apresentava sinais visíveis de embriaguez.

A replicação imediata desse conteúdo nas redes sociais gerou um problema institucional para o policial militar e para a própria corporação. Posteriormente, os exames periciais de bafômetro atestaram o índice de 0,00 mg/L de álcool no sangue, revelando que o policial não havia ingerido bebida alcoólica. Contudo, o desmentido técnico não obteve a mesma capilaridade nem o mesmo espaço editorial que a acusação inicial de grande repercussão, limitando-se apenas a uma inserção de um parágrafo com a nota oficial da corporação.

Esse fenômeno é explicado pela Teoria do Agendamento (*Agenda-setting*) de McCombs (2020) e pelo conceito de Enquadramento (*Framing*) de Wolf (2005), segundo os quais os meios de comunicação determinam não apenas os assuntos que farão parte da discussão pública, mas a forma como serão interpretados. No ambiente da denominada "Pós-verdade", onde fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública do que apelos a emoções e crenças pessoais, a dependência da mediação de terceiros fragiliza a governança institucional. A transição da PMPR para o YouTube representou, portanto, a consolidação de um canal direto de comunicação, permitindo que a própria instituição publique a verdade dos fatos com o devido rigor técnico.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O princípio da publicidade, a missão constitucional e a comunicação social na PMPR

A atuação da Polícia Militar do Paraná encontra-se amparada pelo Art. 144 da Constituição Federal de 1988, que lhe confere a missão de polícia ostensiva e de preservação da ordem pública. Além disso, para o cumprimento da missão e sendo uma instituição regida pelo Governo Estadual, a corporação deve obediência estrita aos princípios da Administração Pública preconizados pelo Art. 37 da Carta Magna, com especial ênfase, neste caso, ao Princípio da Publicidade. A publicidade institucional não se confunde com mera propaganda; trata-se do dever de transparência e prestação de contas. Nesse contexto, o Centro de Comunicação Social da PMPR atua como o órgão estratégico que materializa esse direito do cidadão, transformando o ato administrativo e operacional em informação pública acessível a todos.

2.2. Comunicação pública digital e desintermediação

A transição dos canais analógicos para os digitais permitiu o fenômeno da desintermediação informacional. O campo da comunicação pública é caracterizado por Duarte (2007) como um espaço de disputa pela legitimidade institucional perante a sociedade. Para o autor, esse objetivo é alcançado quando o Estado estabelece uma interlocução direta com os indivíduos por vias próprias, blindando a mensagem oficial de interferências mercadológicas e assegurando que as reais demandas da cidadania prevaleçam sobre as lógicas da mídia e do poder comercial.

Conforme aponta Brandão (2007), a comunicação pública se estrutura a partir de um fluxo bidirecional de interação, exigindo que as instituições alcancem as expectativas e visões da comunidade em suas estratégias, e não apenas emitam dados. No contexto da segurança pública, essa dinâmica se mostra essencial, dado que a legitimidade institucional e a confiabilidade na corporação dependem da construção de canais de interlocução e de uma percepção de acessibilidade junto à sociedade. Ainda neste contexto, a estruturação da imagem, da identidade e da reputação de uma organização está intrinsecamente ligada à sua comunicação institucional. Conforme aponta Kunsch (2016), uma abordagem comunicacional estratégica exige planejamento sistêmico, harmonia nos discursos e total consonância entre as metas da instituição e suas ações de comunicação. No cenário público, essa necessidade de planejamento é ampliada, visto que a atividade comunicativa interfere frontalmente no modo como a sociedade avalia a eficiência e a própria legitimidade da corporação.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

2.3. A Plataforma YouTube como ecossistema de memória, busca e demanda social

Diferente de redes sociais de fluxo passageiro (como Instagram ou TikTok, onde o conteúdo desaparece em poucas horas no feed), o YouTube funciona como um ecossistema híbrido de rede social e mecanismo de busca. Os vídeos publicados permanecem indexados e pesquisáveis ao longo dos anos, funcionando como um acervo histórico e perene da instituição. O acervo permite o uso de vídeos longos (didáticos e aprofundados) e de Shorts (vídeos de rápida difusão e alto potencial de viralização), tornando-se a ferramenta ideal para a consolidação da identidade institucional a longo prazo. Para Burgess e Green (2009), a plataforma viabiliza a estruturação de canais institucionais e temáticos, impulsionando a geração de conteúdos audiovisuais focados na informação, no ensino e na participação social.

O Digital News Report 2020, elaborado pelo Reuters Institute for the Study of Journalism da Universidade de Oxford, indica que conteúdos sobre criminalidade, segurança e serviços públicos figuram entre as categorias de maior alcance e engajamento nos ambientes digitais, com ênfase no consumo de vídeos informativos em redes sociais e no YouTube (REUTERS INSTITUTE, 2020). O documento demonstra também que, em períodos de crise, a exemplo do surgimento da pandemia de COVID-19, há um aumento na procura por dados confiáveis emitidos por fontes institucionais.

2.4. Construção da identidade institucional

A comunicação pública moderna desempenha um papel que transcende a mera difusão de atos administrativos; ela atua na formação da cultura organizacional e na atração de vocações. A comunicação nas organizações públicas deve ser um vetor de engajamento que traduza os valores e a identidade da instituição para a sociedade, gerando nos públicos de interesse o sentimento de pertencimento. Para Kunsch (2003) estratégias bem planejadas, conectadas com a identidade institucional e seus valores, trazem maior consistência na comunicação e favorecem a construção de vínculos duradouros com os públicos de interesse.

2.5. Comunicação preventiva e de utilidade pública

A legitimidade das polícias militares na era digital está vinculada à capacidade de atuar preventivamente. Uma das funções primordiais da informação estatal é a prestação de serviços e a orientação social para a mitigação e prevenção de riscos. Quando a instituição utiliza seus canais digitais para instruir o cidadão sobre qualquer viés da segurança pública, ocorre a materialização da missão ostensiva preventiva por vias informacionais. Segundo Duarte (2007)

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

é essa forma de comunicação direta com o cidadão que consolida a atuação da instituição e garante que a informação chegue de forma mais rápida à sociedade.

3. MÉTODOS

O presente estudo adota um delineamento de pesquisa misto (quali-quantitativo). Para garantir a replicabilidade e a robustez da investigação, os procedimentos metodológicos foram estruturados em dois eixos complementares: a análise da linha editorial da plataforma digital e o levantamento de recepção com o público interno.

Para a realização deste estudo, utilizou-se a abordagem quali-quantitativa baseada na técnica de Análise de Conteúdo. De acordo com Bardin (2016, p. 45),

> A análise de conteúdo aparece como conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. O interesse não está na descrição dos conteúdos, mas sim no que estes nos poderão ensinar após serem tratados... A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (qualitativos ou não).

O corpo da pesquisa foi constituído pelos 10 (dez) vídeos de maior audiência, considerando o número absoluto de visualizações, do canal oficial da Polícia Militar do Paraná (PMPR) na plataforma YouTube, mapeados até o primeiro semestre de 2026. Os dados métricos quantitativos foram extraídos diretamente do painel analítico da plataforma. Para a análise qualitativa, os vídeos foram assistidos e classificados em categorias temáticas denominadas Vetores Estratégicos de Engajamento Institucional, associados à técnica de análise de indicadores de recepção por meio do levantamento amostral dos comentários dos usuários. E complementarmente, realizou-se um levantamento amostral consolidado com 103 policiais militares que ingressaram na corporação a partir do ano de 2020, período que coincide com a consolidação e profissionalização da produção audiovisual no ambiente digital da corporação.

3.1. Estrutura de pessoal, identidade visual e independência tecnológica

Para compreender o rigor metodológico dos dados obtidos, impõe-se detalhar as condições reais de produção audiovisual do Centro de Comunicação Social da PMPR, que rompeu com a dependência de grandes veículos de comunicação por meio da capacitação interna. A estratégia fundamentou-se no estabelecimento de uma equipe técnica enxuta e

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

multidisciplinar, composta por profissionais da própria corporação, aliando o conhecimento técnico da caserna à formação em comunicação.

A padronização de identidade dos conteúdos seguiu o que estabelece o *Manual da Marca da PMPR (2018)*, estabelecendo uniformidade cromática por meio da aplicação estrita da paleta de cores institucional em escala Pantone (Pantone 1235 C para o amarelo-ouro; Pantone 2738 C para o azul-escuro institucional), salvaguardando a seriedade e o reconhecimento imediato da corporação em harmonia com os conceitos de Comunicação Organizacional Integrada defendidos por Kunsch (2016).

Do ponto de vista tecnológico, a PMPR adotou o modelo de Jornalismo Móvel (*Mobile Journalism - MoJo*), amplamente destacado por Canavilhas (2014). O autor afirma que o jornalismo móvel e a comunicação digital contemporânea têm grande eficiência na capacidade de distribuir o conteúdo de forma transversal. O uso das redes sociais na forma de portas de entrada para uma plataforma de vídeo centraliza a audiência e garante que a mensagem institucional quebre as barreiras dos algoritmos, alcançando o cidadão em diferentes contextos de navegação.

Alinhada à filosofia de autonomia tecnológica e otimização dos recursos públicos (Silveira, 2003), a seção de Comunicação Social, à época, padronizou o fluxo de trabalho utilizando exclusivamente softwares gratuitos e de código aberto para as etapas de produção, pós-produção, edição profissional, tratamento de cor e desenvolvimento de artes e miniaturas (*thumbnails*) de alta conversão. Por se tratar de um órgão público, o uso dessas ferramentas sem custos operacionais reflete uma gestão eficiente que não onera a instituição. Essa soberania de infraestrutura demonstra que o investimento estratégico na comunicação exige planejamento técnico e capital humano qualificado.

3.2. Coleta e análise de conteúdo audiovisual

A extração de dados do canal oficial da PMPR no YouTube foi realizada entre os dias 4 e 8 de maio de 2026. O recorte temporal de análise abrangeu o acumulado histórico métrico do canal desde a sua criação efetiva, em 2020, até o limite inicial do período de coleta (maio de 2026).

Como critério explícito de seleção do *corpus*, utilizou-se o filtro nativo de ordenação por relevância quantitativa da plataforma, elegendo-se os 10 (dez) vídeos de maior audiência (número absoluto de visualizações) na história do canal.

Para o tratamento dos comentários associados a esses vídeos, adotou-se a técnica de amostragem por saturação temática. Em vez de uma extração exaustiva e redundante de toda a

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

massa de interações, realizou-se a leitura flutuante das seções de comentários de cada produto audiovisual, selecionando-se intencionalmente entre 3 e 5 comentários-vetores por vídeo. O critério de escolha dessas unidades de registro baseou-se na sua capacidade de sintetizar e determinar as tendências discursivas majoritárias manifestadas pela audiência em cada material examinado.

As categorias temáticas foram definidas operacionalmente *a posteriori* (quando se leem os dados primeiro e se permite que as semelhanças entre eles revelem as categorias/vetores), a partir da recorrência dos conteúdos analíticos dos vídeos e das interações.

3.3. Levantamento de recepção com o público interno e aspectos éticos

Como segundo eixo do delineamento misto, realizou-se, durante o mês de abril de 2026, um levantamento amostral de caráter descritivo e corte transversal para mensurar o impacto da comunicação digital no público interno recém-ingressado. O universo da pesquisa foi composto por militares estaduais que ingressaram na PMPR a partir de 2020 — marco temporal que consolida a produção efetiva de conteúdos regulares no canal.

A amostra, de conveniência, totalizou 103 (cento e três) respondentes válidos, englobando tanto policiais militares que ingressaram na corporação por meio do Curso de Formação de Oficiais (CFO) quanto do Curso de Formação de Praças (CFP). Como instrumento de coleta, utilizou-se um questionário estruturado eletrônico, aplicado por meio da plataforma *Google Forms*.

No que tange aos aspectos de segurança e integridade da pesquisa, o levantamento foi precedido de autorização formal junto aos comandos das respectivas unidades dos respectivos policiais. Por se tratar de um diagnóstico de opinião de caráter estritamente institucional, voluntário e anônimo, resguardou-se a identidade dos participantes por meio da impossibilidade de rastreamento nominal, funcional ou de IP pelo formulário eletrônico, mitigando qualquer risco de desconforto ou exposição. Os participantes foram informados na página inicial do instrumento sobre o objetivo exclusivamente acadêmico da coleta e consentiram de forma livre e espontânea com o fornecimento das percepções agregadas, atendendo aos preceitos éticos de autonomia e confidencialidade aplicados às ciências sociais.

Como limitação metodológica do estudo, reconhece-se o caráter não probabilístico da amostra e a aplicação restrita a uma janela temporal específica de formação, o que impede a generalização universal dos percentuais obtidos para toda a corporação, operando os dados como um indicador qualificado de tendência sobre a atração vocacional e a percepção de imagem interna.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

4. RESUMO DO CONTEÚDO DOS VÍDEOS ANALISADOS

- Banda de Música - Simplesmente a Melhor! (Curto): Registro audiovisual da Banda de Música da PMPR realizando uma apresentação cultural surpresa no calçadão da Rua XV de Novembro, no centro de Curitiba, interpretando o clássico *The Best* de Tina Turner, gerando forte surpresa e aplausos do público civil ao redor.
- ROTAM | Rondas Ostensivas Tático Móvel (Longo): Um mini-documentário detalhado que acompanha a equipe tática em sua totalidade. Mostra a preleção, o preparo técnico e equipamentos na sede da unidade, o embarque nas viaturas, o patrulhamento em áreas de alto risco e os procedimentos técnicos de abordagem, focando na estrita observância das técnicas operacionais, no profissionalismo das equipes e respeito às leis e à dignidade humana.
- Força bruta que impõe respeito (Curto): Vídeo dinâmico de apresentação visual das novas viaturas Dodge RAM 3500 Longhorn adquiridas pelo Estado para o policiamento especializado, destacando o porte, a robustez e a modernização tecnológica da frota.
- CÓDIGO Q – Curiosidades na Radiocomunicação (Longo): Vídeo de caráter estritamente educativo onde policiais explicam a origem, o significado e a aplicação prática do Código Q (como QAP, QSL, QRV) utilizado na rede de rádio das viaturas, traduzindo a linguagem técnica para o público civil.
- Hierarquia Militar na PMPR (Longo): Conteúdo didático que explica de forma ilustrada a diferença entre Postos (Oficiais) e Graduações (Praças), detalhando a escala hierárquica desde o Soldado até o Coronel, ajudando a desmistificar a estrutura interna da corporação.
- ROTAM – O que faz o Militar Estadual (Longo): A primeira produção do canal dedicada à ROTAM. O vídeo mescla imagens operacionais com entrevistas com os policiais da unidade, explicando os requisitos para ingressar na equipe, a missão e a atuação desta modalidade de policiamento.
- WhatsApp CLONADO - E agora??? (Longo): Vídeo de utilidade pública e prevenção criminal, que fornece um passo a passo detalhado de como o cidadão deve agir para recuperar sua conta e não ser vítima de estelionato.
- RONE - BOPE | O que faz o POLICIAL MILITAR #7 (Longo): Documentário focado nas Rondas Ostensivas de Natureza Especial (RONE), detalhando o rigoroso treinamento

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

técnico, físico e tático dos operadores e a atuação no policiamento diário e também em ocorrências de altíssima complexidade.

- Acompanhe um dia de patrulhamento na FRONTEIRA! | BPFRON (Longo): Vídeo que leva o espectador para dentro da realidade dos policiais do Batalhão de Polícia de Fronteira, mostrando a atuação dos policiais militares no dia a dia da unidade e no combate aos crimes de contrabando, descaminho, tráfico internacional, entre outros nas divisas do Estado.
- Barra fixa, como executar e dicas de treino (Longo): Tutorial técnico apresentado por instrutores de educação física da PMPR, demonstrando a forma correta, o movimento, os erros mais comuns, além de dicas para uma boa performance no teste de barra fixa, servindo como guia de preparação para candidatos ao concurso público.

5. ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO

A compreensão do fenômeno comunicacional estabelecido pelo canal PMPR Oficial exige uma abordagem em dupla perspectiva. Primeiramente, faz-se necessário observar o cenário macro, isto é, o posicionamento quantitativo da instituição no ecossistema digital em comparação com as demais corporações do país, a fim de validar sua relevância mercadológica. Em seguida, a análise debruça-se sobre a dimensão micro, investigando a fundo a arquitetura de sua linha editorial, o comportamento de suas métricas de retenção e a recepção de seus públicos interno e externo. Assim, a Tabela 1 apresenta o panorama nacional atualizado do primeiro semestre de 2026, mapeando as dez polícias militares que ostentam os maiores volumes de inscritos na plataforma YouTube.

Tabela 1. *Ranking* dos 10 maiores canais oficiais de Polícias Militares do Brasil no YouTube por volume de inscritos. (maio 2026)

Posição	Corporação / Canal Oficial	Volume de Inscritos
1º	Polícia Militar do Estado de São Paulo (PMESP)	1.000.000
2º	Polícia Militar de Santa Catarina (PMSC Oficial)	240.000
3º	Polícia Militar do Paraná (PMPR Oficial)	127.000
4º	Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro (TV PMERJ)	125.000
5º	Polícia Militar de Minas Gerais (TV PMMG)	90.000
6º	Polícia Militar de Pernambuco (PMPE Oficial)	74.000

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

7º	Polícia Militar do Distrito Federal (PMDF Oficial)	48.000
8º	Polícia Militar da Bahia (PM da Bahia)	27.000
9º	Brigada Militar do Rio Grande do Sul (Brigada Militar Oficial)	26.000
10º	Polícia Militar do Estado do Acre (PMACTV)	23.900

Fonte: Dados retirados da plataforma YouTube

De acordo com dados consolidados na Tabela 1, o canal PMPR Oficial assume de forma sólida a terceira posição no ranking nacional de canais institucionais de segurança pública no YouTube, contando com 127 mil inscritos. Este posicionamento é altamente sintomático quando analisado à luz da economia da atenção digital. A liderança isolada da PMESP (1 milhão de inscritos) e a segunda colocação da PMSC (240 mil inscritos) refletem contextos populacionais e de mercado comunicacional distintos; contudo, a ascensão da PMPR ao 3º lugar nacional, superando a TV PMERJ (125 mil inscritos) e TV PMMG (90 mil inscritos), evidencia a eficácia na escolha da linha editorial.

Diferentemente de corporações que historicamente possuem forte apelo midiático baseado em cenários de alta intensidade operacional urbana ou no jornalismo policialesco tradicional, a Polícia Militar do Paraná consolidou sua audiência por vias estritamente institucionais. O fato de superar mercados de grande densidade demográfica e forte apelo de mídia, como o Rio de Janeiro e Minas Gerais, corrobora a tese de que uma linha editorial focada em prestação de serviço, desmistificação da rotina militar e utilidade pública, como afirma Duarte (2007), possui tração de engajamento orgânico consolidado, capaz de angariar legitimidade e construir uma base comunitária digital sólida sem a necessidade de espetacularização.

A amostra dos dez vídeos mais assistidos do canal oficial da PMPR no YouTube revela um panorama interessante sobre o comportamento do público e a eficácia da estratégia de comunicação da corporação. Longe de se apoiar no sensacionalismo, o engajamento da PMPR distribui-se de forma equilibrada em Vetores Estratégicos, conforme detalhado na tabela abaixo:

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

Tabela 2. Matriz de análise de conteúdo e métricas do canal da PMPR

Posição	Título do Vídeo / Conteúdo	Formato	Visualizações	Impressões	Vetor Estratégico de Comunicação
1º	Simplesmente a Melhor! (...Banda de Música...)	Short	2.500.000	Não disponível	Proximidade, cultura e humanização
2º	ROTAM | Rondas Ostensivas Tático Móvel	Longo	2.147.281	34.635.535	Rotina e atividade operacional
3º	Força bruta que impõe respeito: as novas RAM 3500...	Short	671.000	Não disponível	Modernização
4º	CÓDIGO Q – Curiosidades e códigos utilizados...	Longo	529.068	1.786.306	Desmistificação da cultura militar
5º	Hierarquia Militar na PMPR – Postos e Graduações	Longo	422.666	639.000	Desmistificação da cultura militar
6º	ROTAM – O que faz o Militar Estadual	Longo	379.000	3.200.381	Rotina e atividade operacional
7º	WhatsApp CLONADO - E agora???	Longo	367.110	2.606.727	Utilidade pública e cidadania
8º	RONE - BOPE | O que faz o POLICIAL MILITAR #7	Longo	228.752	866.000	Rotina e atividade operacional
9º	Acompanhe um dia de patrulhamento na FRONTEIRA!	Longo	173.000	2.746.588	Rotina e atividade operacional

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

10º	Barra fixa, como executar e dicas de treino	Longo	171.000	332.000	Utilidade pública e instrução

Fonte: Dados retirados da plataforma YouTube Studio do Canal PMPR Oficial (maio/2026).

As métricas de impressões para os Shorts não são publicadas de forma padronizada pela plataforma na interface geral devido às especificidades de entrega do algoritmo no Feed de Shorts.

Para além da leitura fria dos números, a compreensão do impacto real exige a decodificação analítica das métricas nativas da plataforma YouTube: Visualizações, Impressões e Engajamento ativo. O conjunto documental totaliza uma audiência acumulada de mais de 7,5 milhões de visualizações e uma entrega que supera 49 milhões de impressões nos vídeos longos. A distribuição dos dados revela duas dimensões de consumo: o Impacto de Alta Escala (Shorts), focado em capilaridade social, e o Impacto de Profundidade Doutrinária (Vídeos Longos), caracterizado pelo alto tempo de retenção e busca qualificada.

Os dados extraídos do YouTube Studio apontam uma taxa média de retenção de 68,6% nos produtos audiovisuais analisados. Sob a ótica métrica de plataformas digitais, esse percentual se mostra expressivo, contudo, sua interpretação exige cautela analítica e o reconhecimento de limites inferenciais. Na dinâmica do YouTube, a retenção não decorre puramente de um interesse linear e profundo da sociedade; ela é mediada por variáveis técnicas como a entrega algorítmica, o uso de miniaturas (*thumbnails*) chamativas e títulos de forte apelo visual (YouTube, 2024). Portanto, mais do que atestar uma validação consensual do conteúdo, o índice de 68,6% indica que a estratégia de formatação técnica dos vídeos logrou êxito em reter a atenção do usuário médio dentro do ecossistema concorrencial da plataforma.

Sob a perspectiva dos parâmetros globais da plataforma de compartilhamento de vídeos, a taxa de retenção média padrão no ecossistema do YouTube oscila historicamente entre 40% e 50% para conteúdos de média e longa duração (YouTube, 2023). Diante deste parâmetro mercadológico, o índice obtido pelo canal oficial da PMPR (68,6%) demonstra um desempenho altamente atípico e positivo.

Esse fenômeno ratifica as discussões propostas por Canavilhas (2014) acerca da desintermediação informacional no ambiente digital: ao assumir o papel de produtora direta e ao moldar a linguagem institucional à atualidade, a corporação rompe as barreiras do distanciamento e fixa a atenção do público. Da mesma forma, o alto índice de fidelização valida o modelo de comunicação pública explicado por Duarte (2007). A constância de quase 70% do

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

público assistindo ao material sugere que o canal digital paranaense se distanciou do mero factualismo ou de estratégias de apelos visuais efêmeros e consolidou-se como um verdadeiro ecossistema de utilidade pública e pedagogia social, onde o cidadão consome a informação institucional por sua relevância intrínseca e valor social.

5.1. O Engajamento por meio da valorização institucional e da utilidade social

Os dados consolidados na Tabela 1 provam que o interesse da sociedade civil pelas forças de segurança no ambiente digital converge para conteúdos que geram valor pedagógico e social, instrução e identificação cultural. Sob a perspectiva da cultura participativa e das mídias digitais, Burgess e Green (2009) esclarecem que plataformas como o YouTube não operam apenas como repositórios de vídeo, mas como ecossistemas de parcerias, nos quais o público deixa de ser um espectador passivo e assume o papel de participante ativo. De acordo com Recuero (2017), o alcance e a interação nas redes sociais digitais são diretamente influenciados pela proximidade do conteúdo com a realidade dos usuários. Para a autora, materiais de fácil compreensão tendem a circular com muito mais intensidade entre os internautas. Para sinalizar criticamente a eficácia da linha editorial adotada pela PMPR, isolam-se os eixos temáticos e os respectivos indicadores reais de recepção.

5.1.1. O Vetor da rotina e atividade operacional

Com mais de 2,1 milhões de visualizações e expressivas 34,6 milhões de impressões, o vídeo da ROTAM demonstra o ápice do alcance do canal em formatos longos. Somado a ele, os vídeos da RONE (228 mil visualizações), do Batalhão de Polícia de Fronteira (173 mil visualizações) e também um outro vídeo sobre a ROTAM (379 mil visualizações), alcançam a marca de 2,8 milhões de visualizações efetivas e mais de 60 mil interações diretas, entre comentários e curtidas. A análise qualitativa revela que o interesse social pelas unidades de recobrimento tático não se ampara na questão da violência, mas sim na busca por compreender os bastidores, a complexidade técnica e o rigor profissional que envolvem a atividade militar estadual.

Ao expor a rotina e o planejamento técnico de forma transparente, a corporação gera um enquadramento próprio (*framing*) que se contrapõe à lógica do mercado digital e aos filtros fragmentados da mídia de massa tradicional (McCombs, 2020). O reflexo dessa narrativa é observado diretamente no sentimento de admiração e respeito manifestado pelos usuários civis nos comentários:

> "Sou de Goiás. Oro por vocês e pelas polícias de todos os Estados, pela valorização desta profissão. Obrigado por este

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

> trabalho, pela dedicação física e, principalmente, mental que sabemos que é exigida de vocês. São heróis, desde o momento em que decidiram treinar e se capacitar para isto." (Inscrito: @joao.donizetti)
>
> "Parabéns a PMPR, excelente iniciativa, mostrar estas operações a partir do institucional, é dar visibilidade a realidade do dia a dia das operações." (Inscrito: @luizmendescardoso)

Essas manifestações demonstram que a publicidade institucional, quando conduzida sob a ótica do interesse público (Duarte, 2007), gera cidadania e engajamento comunitário espontâneo, legitimando a atuação policial.

5.1.2. O Vetor da desmistificação da cultura militar

Os conteúdos didáticos sobre o "Código Q" (529 mil visualizações) e a "Hierarquia Militar na PMPR" (422 mil visualizações) cumprem o papel estratégico de traduzir o universo corporativo militar para a sociedade civil. Existe uma busca qualificada por parte dos internautas para compreender a linguagem e as rotinas da caserna, o que é chancelado por estudos da obra de Fragoso (2020), que apontam o YouTube como um dos principais mecanismos de pesquisa para aprendizado e satisfação de curiosidades no mundo.

Para Brandão (2007), a comunicação pública deve atuar como promotora da democracia e da transparência, promovendo um diálogo contínuo, no qual a instituição considera as percepções e demandas da sociedade, muito além de somente transmitir informações. O impacto analítico dessa desmistificação rompe fronteiras geográficas e estende a percepção de integração com outras forças de segurança, conforme denotam os comentários:

> "...tenho acompanhado o trabalho de vocês aí do Paraná, acredito que todos os procedimentos sejam iguais, parabéns pelo trabalho e também pelas informações que vcs passam para a população que conhecem assim os bastidores do trabalhos de vocês." (Inscrito: @joserodriguespestana5556, do Estado de São Paulo);
> “bom dia, meus amigos dessa gloriosa PMPR que aula de orientação mostrando a todos como é a hierarquia militar do estado do Paraná junto também com outras forças Auxiliares e forças Armadas dos Estados e do Brasil e isso parabéns a você e a todos fica com Deus" (Inscrito: @WellingtonTomaz-vu1qs)

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

5.1.3. O Vetor da utilidade pública e instrução

O tutorial técnico sobre o teste de "Barra Fixa" (171 mil visualizações) e o conteúdo sobre o WhatsApp Clonado (367 mil visualizações) materializa com exatidão a função precípua da comunicação pública definida por Duarte (2007): a prestação de serviços, a utilidade social e o atendimento às demandas reais da população. O canal atua de forma estratégica na atração de novas vocações e no suporte psicopedagógico a candidatos ao ingresso nas fileiras da corporação, bem como o atendimento a serviços de utilidade pública.

Oferecer ao cidadão acesso a conteúdos instrutivos, esclarecimentos técnicos e entrevistas oficiais amplia a comunicação institucional como prestação de serviço. Do mesmo modo, a centralização do controle editorial atua como uma barreira de segurança, assegurando que o posicionamento da corporação seja transmitido de forma fiel e coerente, o que reduz drasticamente as margens para interpretações errôneas (Duarte, 2007). A análise crítica do sentimento desses comentários sinaliza indícios do impacto social do vídeo, que atua como redutor de ansiedade e ferramenta prática de superação, recebendo inclusive a chancela doutrinária de profissionais de corporações coirmãs:

> "Incrível esse canal! Nunca vi a Polícia Militar sendo tão atual, empática e parceira do futuro candidato! Estão de Parabéns!!!" (Inscrita: @deniserochido);
> "Obrigado, foi muito útil, estou cheia de medos sobre o TAF, mas seu vídeo me ajudou muito." (Inscrita: @jackelinysena4352);
> "Essas dicas são maravilhosas e realmente [sic] funcionam. Faltando um mes para o taf da pmpa e nao conseguia sustentar-me por 2s sendo que precisava de 12 mesmo treinando há mais de 5 meses. comecei a fazê-los e com uma semana ja vi a diferença na evolução." (Inscrito: @Multiachados06);
> "Parabéns a PMPR e aos militares que participaram na gravação e.edição do vídeo, realmente [sic] é muito instrutivo! (3° Sgt PM/MT Joély)" (Inscrito: @JoelyRocha_SgtPM-SinopMT)

Essa rede de interações valida o canal oficial da PMPR no YouTube não apenas como um mural de divulgação, mas como uma plataforma viva de governança colaborativa. Demonstra-se empiricamente que o investimento na produção audiovisual própria é um mecanismo eficiente para elevar a moral da tropa, atrair talentos vocacionados e consolidar a legitimidade do poder estatal perante a opinião pública de forma ética, moderna e integrada à sociedade civil.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

5.1.4. Proximidade, cultura e humanização

O vídeo mais visualizado do canal institucional, intitulado como Simplesmente a Melhor! (2,5 milhões de visualizações), que retrata uma interpretação da Banda da PMPR referente à música *The Best* da Tina Turner, evidencia o que pode ser classificado como *soft power* ou poder de persuasão sutil. Longe do aspecto puramente operacional ou repressivo, a música atua como uma ponte de empatia e identificação cultural direta com o cidadão. Este vídeo curto é um caso de sucesso para a corporação, com mais de 2,6 mil comentários, em sua maioria exaltando a instituição e a banda:

> "Top demais, isso é social!! A polícia mais perto da comunidade, do cidadão e cidadã. Parabéns mais uma vez e a música é linda. Tina Turner : The Best". (inscrito: @alexandrobarbosa4585);
> "Que jeito legal de aproximar a polícia do cidadão! Parabéns aos envolvidos".(Inscrito: @ubirajarastefanelli3551);
> "Fantástico, nossos policiais merecem nosso respeito." (inscrito: @andresanches1131);
> "Pessoal assim melhoram a imagem da polícia que tanto tentam manchar... Parabéns à PM." (inscrito: @rafaelnicolay4934).

Para Duarte (2007) metodologicamente, o sucesso massivo desse conteúdo corrobora a tese de desintermediação: enquanto os meios de comunicação de massa tradicionais priorizam quase exclusivamente o vetor da violência e do conflito (valores-notícia de negatividade), o canal institucional consegue pautar e transmitir manifestações que promovem a aproximação comunitária e a preservação do patrimônio imaterial da corporação. Nos comentários, a recepção social se desvencilha do debate sobre criminalidade e se ancora em sentimentos de orgulho, nostalgia e pertencimento.

5.1.5. Vetor da modernização

Em contrapartida, o vídeo focado nas novas viaturas *Dodge Ram (671 mil visualizações)* opera no vetor da autoridade, da modernização tecnológica e da dissuasão. A análise desse conteúdo revela uma estratégia de enquadramento (*framing*), enfatizada por Wolf (2005), voltada a demonstrar a robustez, o investimento público e a equivalência de forças da instituição frente ao crime organizado. Ao expor a imponência do equipamento sem o filtro ou o julgamento da imprensa tradicional, a corporação constrói uma narrativa de eficiência e vanguarda. Esse vetor ativa um forte engajamento na plataforma do YouTube, ecossistema sabidamente atraído por conteúdos de teor estético militar e automotivo. A recepção do público varia entre a validação da força estatal (sensação de segurança aumentada pela presença de uma polícia forte) e o que representa uma viatura deste porte para a polícia e o policiamento ordinário:

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

> “Muito bom fortalecimento da corporação em prol da população... parabéns Paraná.” (inscrito: @marcosandre184);
> “Parabéns aos responsáveis pela conquista, isso sim é investimento em segurança pública.” (inscrito: @ailtonalmeida5779);
> “isso que é uma viatura”. (inscrito: @ffwill1148);
> “Literalmente top demais.” (inscrito: @manoelmessiasdasilva5797).

5.2. A Percepção do público interno: o impacto da comunicação pública digital no início da formação do policial militar

Para além das métricas externas de engajamento e da recepção expressa nos comentários públicos da plataforma YouTube, a eficácia estratégica da linha editorial adotada pela PMPR encontra validação empírica na percepção de seu público interno. Com o propósito de verificar a função pedagógica e o potencial de alcance do canal oficial, realizou-se um levantamento amostral consolidado com 103 policiais militares que ingressaram na corporação a partir do ano de 2020, período que coincide com a consolidação e profissionalização da produção audiovisual no ambiente digital da corporação. Cumpre destacar que a coleta desses dados observou rigorosamente os critérios éticos da pesquisa científica, sendo realizada de maneira estritamente voluntária e com a garantia de absoluto anonimato dos participantes, preservando a espontaneidade e a fidelidade das respostas obtidas.

Os dados consolidados indicam uma correlação direta e expressiva entre o consumo dos conteúdos do canal e o processo de ingresso dos novos militares estaduais. No que tange à dimensão da utilidade pública e instrução, o levantamento revelou um dado de forte impacto geopolítico e institucional: 36,9% dos policiais militares entrevistados são oriundos de outros estados da Federação, os quais apontaram o canal PMPR Oficial como uma de suas principais fontes de pesquisa e orientação antes da mudança de domicílio. Para esse expressivo contingente de candidatos de fora do Paraná, os vídeos institucionais referentes às etapas do concurso público e, fundamentalmente, os tutoriais práticos voltados à preparação para o certame atuaram de forma decisiva em suas jornadas de preparação. Em alinhamento com este dado, em números gerais, a pesquisa apontou que mais de 78% dos respondentes acompanharam os vídeos durante as fases do concurso e posteriormente durante o curso de formação. Esse dado ratifica o que defende Duarte (2007) que a linha editorial da instituição não apenas cumpre com rigor uma função social utilitária e democratizadora, mas rompe fronteiras

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

geográficas, diminuindo as assimetrias informacionais e consolidando a corporação como uma referência nacional de transparência e atratividade técnico-profissional.

Outro aspecto relevante evidenciado na análise da pesquisa diz respeito ao pilar da desmistificação da cultura militar e atração vocacional. Os novos integrantes da caserna relataram que o acesso a produções focadas na rotina técnica da atuação da PMPR (como a ROTAM e a RONE), bem como a exibição do trabalho diário e operacional de outras unidades da instituição, desempenhou papel preponderante no fortalecimento do interesse pela carreira e no desenvolvimento do sentimento de pertencimento antes mesmo da incorporação formal. Nesta mesma linha, o levantamento apontou que 98% considera que os vídeos ajudam a sociedade a conhecer e a desmistificar a imagem da corporação. Sob a ótica da Comunicação Organizacional (KUNSCH, 2016), essa dinâmica demonstra que o canal digital funciona como uma vitrine de valores institucionais legítimos, que formata expectativas realistas e atrai indivíduos alinhados à identidade e à cultura da corporação.

Por fim, os dados sugerem que o canal atua como um vetor de aproximação comunitária e de potencial atenuação da sensação de insegurança. Isso se deve ao fato de que uma parcela expressiva dos respondentes indicou que produções focadas na humanização da atividade policial, a exemplo das exibições da Banda de Música, impactaram positivamente a percepção que mantinham sobre a instituição antes do ingresso via concurso público. Conclui-se, portanto, a partir desse panorama analítico, que a estratégia de comunicação digital da PMPR transcende o mero ganho de visibilidade externa, consolidando-se como uma ferramenta de gestão estratégica e de recursos humanos, capaz de catalisar vocações qualificadas, preservar a memória institucional e fortalecer a legitimidade da Polícia Militar perante aqueles que estão incumbidos de dar continuidade à sua missão constitucional.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos vídeos de maior engajamento no canal oficial da Polícia Militar do Paraná no YouTube oferece indícios empíricos sobre a viabilidade de uma linha editorial pautada nos preceitos da Comunicação Pública e nos princípios constitucionais da publicidade e da eficiência. Os dados métricos sugerem que o público manifesta interesse por conteúdos institucionais que transcendem o factualismo cotidiano das ocorrências criminais, valorizando produções que equilibram a relevância operacional com a utilidade pública, instruções para certames, aspectos culturais e inserção comunitária.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

A posição do canal em termos de audiência e engajamento no cenário nacional sinaliza que a construção de uma identidade institucional na segurança pública pode se consolidar de forma sustentável sem a necessidade de aderir ao sensacionalismo midiático comercial. Essa perspectiva encontra respaldo nos indicadores de retenção de público obtidos via *YouTube Studio*, que apontam para uma busca por narrativas de fontes oficiais no ambiente digital. Complementarmente, o levantamento aplicado junto aos 103 policiais militares recém-ingressados evidenciou a dimensão espacial dessa estratégia, destacando que aproximadamente 37% dos novos integrantes da corporação são oriundos de outras unidades da federação e utilizaram o canal como fonte de pesquisa e preparação para o ingresso. Esse dado indica que a plataforma atua de maneira relevante no processo de atração vocacional, auxiliando candidatos nas etapas de concurso e dirimindo percepções preestabelecidas sobre a atividade militar de caráter regional.

Contudo, as conclusões deste estudo devem ser compreendidas à luz de suas limitações metodológicas. O desenho da pesquisa dependeu de métricas internas fornecidas pela própria plataforma (YouTube Studio), cujas lógicas de distribuição algorítmica possuem opacidades que limitam inferências causais diretas. Adicionalmente, embora o levantamento com o público interno contemple militares de unidades distintas integrados à corporação desde 2020, o tamanho da amostra (103 respondentes) opera como um indicador qualitativo de tendência, não pretendendo a generalização estatística universal para a totalidade do efetivo. Registra-se, ainda, a ausência de uma análise comparativa homogênea com canais de outras forças de segurança, o que restringe a universalização do modelo observado.

Longe de pretender o esgotamento do tema, o estudo sugere que o aprimoramento das instruções de Comunicação Social nos cursos de formação e aperfeiçoamento pode se beneficiar da discussão sobre legitimidade digital, transparência e utilidade social como eixos de aproximação com a sociedade.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luis Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito**. Conceito de comunicação pública.** In: DUARTE, Jorge (org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007. p. 43-58.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 5 maio 2026.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital:** como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Tradução: Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

CANAVILHAS, João (Org.). **Jornalismo Móvel:** Linguagem, Géneros e Modelos de Negócio. Covilhã: LabCom.IFP, 2014.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. In: LOPES, Boanerges (org.). Gestão da Comunicação Empresarial: teoria e técnica. São Paulo: Mauad, 2007.

FRAGOSO, Emílio Lopes. **O uso da plataforma YouTube por acadêmicos do ensino superior**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, ano 5, v. 8, ed. 8, p. 54-71, set. 2020. Disponível em: https://www.nucleodoconhecimento.com.br/educacao/plataforma-youtube. Acesso em: 6 jun. 2026.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação organizacional estratégica**. São Paulo: Summus, 2016.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 2. ed. São Paulo: Summus, 2003. v. 17.

McCOMBS, Maxwell. **A teoria do agendamento**: 50 anos de investigação sobre a opinião pública. In: CAMPONEZ, F.; FERREIRA, G. B.; DIAZ, R. R. (orgs.). O Estudo do Agendamento: 50 Anos de Investigação. Covilhã: LabCom, 2020. p. 23-36.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **Acompanhe um dia de patrulhamento na FRONTEIRA! | BPFRON – Parte 1.** YouTube, 19 set. 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=hkvmGfOcD1Y. Acesso em: 14 jun. 2026.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **BARRA FIXA – Como executar e DICAS de Treino!**. YouTube, 10 jul. 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=zpd6-1kWOIU. Acesso em: 14 jun. 2026.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **CÓDIGO Q – Curiosidades e códigos utilizados na Radiocomunicação da PMPR**. YouTube, 1º out. 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=e6NSx24Z--s. Acesso em: 13 jun. 2026.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **Força bruta que impõe respeito: as novas RAM 3500 Longhorn chegaram para trazer ainda mais segurança!**. YouTube, 9 set. 2025. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=7hrET9yU1vk. Acesso em: 13 jun. 2026.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **Hierarquia Militar na PMPR – Conhecendo os POSTOS e GRADUAÇÕES**. YouTube, 3 jul. 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Pqy5wkjMZE4. Acesso em: 13 jun. 2026.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **Manual da Marca**. Curitiba: PMPR, 2018.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **RONE - BOPE | O que faz o POLICIAL MILITAR #7**. YouTube, 26 nov. 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ply8toc-bpw. Acesso em: 12 jun. 2026.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **ROTAM – Rondas Ostensivas Tático Móvel | O que faz o Militar Estadual #14**. YouTube, 3 jun. 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5V6TgLr-IGI. Acesso em: 14 jun. 2026.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **ROTAM | Rondas Ostensivas Tático Móvel**. YouTube, 2 maio 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=IqCn2v6SO1s. Acesso em: 13 jun. 2026.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **Simplesmente a Melhor! Pega só essa interpretação deste clássico da música internacional!.** YouTube, 13 maio 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ghz2VBPjD_E. Acesso em: 14 jun. 2026.

POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **WhatsApp CLONADO - E agora???.** YouTube, 3 set. 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=LwWM-pd7q0Y. Acesso em: 13 jun. 2026.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais**. Salvador: Edufba, 2017.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. **Digital News Report 2020**. Oxford: University of Oxford, 2020. p. 90. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. Acesso em: 5 maio 2026.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Software livre: a luta pela liberdade do conhecimento**. São Paulo: Conrad, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 9 ed. Lisboa: Presença, 2005.

YOUTUBE. **Como analisar a retenção de público dos vídeos.** Ajuda do YouTube, 2024. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/9314415>. Acesso em: 2 jun. 2026.

YOUTUBE. Como saber se minha retenção de público está boa? Comunidade de Ajuda do YouTube, 2023. Disponível em: https://support.google.com/youtube/thread/214771763/como-saber-se-minha-reten%C3%A7%C3%A3o-de-p%C3%BAblico-est%C3%A1-boa?hl=pt. Acesso em: 2 jun. 2026.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.