



**Projeto de Extensão Saúde Mental e Bem-estar na Universidade: se
reinventando ante o cenário de pandemia¹**

***Extension Project Mental Health and Well-being at the University:
reinventing itself in the face of the pandemic scenario***

Juliana Lima Moreira Rhoden

Universidade Federal do Pampa- UNIPAMPA, <http://orcid.org/0000-0002-7251-1067>,
julianarhoden@unipampa.edu.br

Valmor Rhoden

Universidade Federal do Pampa- UNIPAMPA, <http://orcid.org/0000-0001-6014-1057>,
valmor@unipampa.edu.br

Bianca A. da Rosa

Universidade Regional Integrada-URI, <http://orcid.org/0000-0003-1619-077X>,
biancaadarosa@gmail.com

Resumo

Ante o cenário causado pelo coronavírus (SARS-CoV-2) e suas repercussões, desde 2020 a comunidade acadêmica, a própria extensão e a sociedade necessitaram readaptar-se e criar novos modos de interação. Este artigo tem como foco relatar as ações de extensão universitária relacionadas ao projeto de extensão voltado a “Saúde Mental e Bem-Estar” que teve como objetivo produzir conteúdo, difundir conhecimentos e informações e contribuir na promoção da saúde mental, bem-estar e cuidado de uma forma acessível. Trata-se de um estudo de delineamento qualitativo descritivo, e utilizou como técnica de coleta de dados a observação participante para o relato de experiência. As ações desenvolvidas por meio de estratégias virtuais/digitais que serão mencionadas ocorreram no ano de 2020 e 2021, porém ocorreu uma primeira edição na modalidade presencial em 2019. Apesar das barreiras iniciais, conseguimos nos reinventar e alcançar nosso objetivo. Desse modo, trouxemos visibilidade ao tema da saúde Mental e bem-estar psicológico e contribuimos para o fortalecimento das políticas e ações voltadas ao tema.

Palavras-chaves: Saúde Mental; Comunicação; Meios digitais; Extensão.

¹ Este trabalho foi financiado pelo Programa de Desenvolvimento Acadêmico (PDA) 2020 – Edital 38/2020 e 2021 – Edital 40/2021 da Universidade Federal do Pampa (Unipampa).



Abstract

Given the scenario caused by the coronavirus (SARS-CoV-2), and its repercussions, since 2020, the academic community, the extension itself and society needed to readapt and create new modes of interaction. This article focuses on reporting the university extension actions related to the extension project aimed at "Mental Health and Well-being" that aimed to produce content, disseminate knowledge and information and contribute to the promotion of mental health and well-being, care, in an accessible way. This is a descriptive qualitative study and used participant observation as a data collection technique for the experience report. The actions developed through virtual/digital strategies that will be mentioned took place in 2020 and 2021, but there was a first edition in the face-to-face modality in 2019. Despite the initial barriers, we managed to (re)invent and achieve our goal. In this way, we brought visibility to the topic of Mental Health and psychological well-being and contributed to the strengthening of policies and actions focused on the topic.

Keywords: Mental health; Communication; Digital media; Extension.

1 Introdução

A universidade, que se caracteriza por ser um espaço de produção de saberes e disseminação de conhecimentos, tem na extensão universitária uma oportunidade de realizar intercâmbio com a sociedade e práticas voltadas para o atendimento de necessidades sociais, como as relacionadas a promoção/prevenção da saúde mental e bem-estar. A saúde mental é um aspecto que tem afligido a realidade no ensino superior brasileiro e se estende refletindo-se na vida social deste público e, conseqüentemente, da sociedade em que estão inseridos.

O Projeto Saúde Mental e Bem-estar na Universidade fez parte da Universidade Federal do Pampa (Unipampa) – Campus São Borja. Teve sua primeira edição no ano de 2019, antes da eclosão da pandemia de Covid-19 causada pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2), ou seja, ainda no formato presencial. Surgiu numa perspectiva de transformar a universidade em um ambiente que promovesse a saúde mental dos alunos e, por extensão, da comunidade em geral.

Foi idealizado a partir da grande procura por apoio psicológico nos cursos e setor que atende demandas dos alunos, o Núcleo de Desenvolvimento Educacional (NuDE). Desenrolou-se com o foco em atividades que proporcionassem o bem-estar psicológico da comunidade acadêmica e da sociedade em geral, além de ter sido um projeto considerado de comunicação integrada. Teve suas ações/atividades desenvolvidas por acadêmicos dos cursos de Comunicação Social, numa perspectiva de construção



compartilhada de maneira interdisciplinar, sob a coordenação de uma professora da área de Psicologia e um professor de Comunicação, contando ainda com contribuição, na equipe executora, de técnicos administrativo e a colaboração de profissionais da comunidade externa.

Destacamos como ações realizadas em seu início: papo aberto sobre saúde mental na universidade, Cantinho do Acolhimento, um espaço de atendimento individual na área de saúde mental, permitindo a fala, o apoio e a reflexão, sendo realizado através de trabalho voluntário de duas psicólogas parceiras; oficina de dançaterapia; ação Setembro Amarelo, com distribuição de material sobre prevenção e canais de busca de ajuda para toda a comunidade; e oficina de desinibição para perder o medo de falar em público.

Em 2020 tivemos a crise gerada pela pandemia, este colapso foi considerado uma das situações mais crítica de saúde pública internacional enfrentada. Diversas áreas sofreram impactos, entre elas, a Educação Superior. Uma das ações adotadas para conter a propagação do vírus foi a adoção do distanciamento social. Isso fez com que muitas universidades acolhessem a modalidade de ensino remoto emergencial, o que implicou em rever o tripé universitário de ensino, pesquisa, extensão. Este contexto também revelou um impacto desse fenômeno na saúde mental, devido a toda mudança na rotina de vida, trabalho e estudos, aumentando o risco para surgimento de sintomas de estresse, ansiedade e depressão, o que já estava sendo identificado na população em geral mesmo antes desta emergência.

Em meio a estes acontecimentos, surgiu o projeto de extensão “Espaço virtual/*online* voltado à saúde mental e ao bem-estar: compartilhando conhecimento e cuidado em tempos de pandemia”. Salienta-se que se tratou de uma adaptação, uma reinvenção do projeto já existente na universidade desde o ano de 2019 (1ª edição), quando ocorria no formato presencial. Importa destacar que o objetivo do projeto de extensão ante esse cenário desafiador, foi produzir conteúdo e difundir informações que contribuíssem para que comunidade acadêmica e sociedade, no período de distanciamento social, pudessem se manter emocional e fisicamente saudáveis.

As ações desenvolvidas por meio de estratégias virtuais/digitais ocorreram no ano de 2020 e 2021. Sua relevância centra-se no fato de ter criado espaços em ambientes virtuais, divulgado informação e conhecimento estimulando o cuidado com a saúde



mental e o bem-estar subjetivo. Não obstante, sabe-se que o envolvimento da comunidade acadêmica e da sociedade, principalmente no momento atípico de pandemia, com ferramentas *online*, é muito frequente no dia a dia, e a interação por meio dessa ação faz com que o acesso ao conhecimento da proposta seja expresso de forma mais abrangente conseguindo alcançar um maior número de pessoas.

Sendo assim, este artigo tem o propósito de trazer um pouco desta experiência. Nesta seção introdutória é apresentada a contextualização do projeto de extensão, seu início, relevância e objetivo. Na seção dois apresentaremos a metodologia, e na seção três os resultados e discussão, relatando nossa experiência. Por fim, tecemos as considerações finais e trazemos algumas contribuições, bem como considerações do projeto.

2 Metodologia

Para a compreensão do projeto, que culminou na escrita deste artigo, desenvolvemos um estudo de delineamento qualitativo descritivo e utilizamos como técnica de coleta de dados a observação participante para o relato de experiência. A abordagem qualitativa (MINAYO, 2007; 2010) mostra-se como uma alternativa de produção de conhecimento científico, por levar em conta a realidade vivenciada pelo objeto em estudo, perante seu contexto histórico e social, e pela possibilidade de refletir sobre o fenômeno em movimento, o que nos permitiu compreender melhor até as mudanças que nos foram provocadas em consequência a pandemia. É descritivo (GIL, 2017) porque busca o entendimento do fenômeno como um todo, na sua complexidade, considerando que todos os dados da realidade são importantes e devem ser examinados.

A Observação participante como técnica de coleta de dados (SOMEKH; JONES, 2015) para o relato de experiência nos auxiliou no que diz respeito à elucidação da realidade prática. Ademais, esse método de coleta de dados é apropriado quando se pretende apreender o máximo de conhecimento dinâmico sobre dada situação ou fenômeno. Além disso, a metodologia da ação do projeto, que utilizou estratégias de comunicação, possibilitou a evidência das práticas interventivas.

Como metodologia de ação do projeto Saúde Mental e Bem-Estar, e com intuito de uma proposta direta e clara, a proposta extensionista utilizou as estratégias de



comunicação com as mídias sociais. As táticas de *new media* foram parte essencial para comunicação desenvolvida, possibilitaram de alguma forma capturar parte da audiência (de forma orgânica) e mensurá-la, através do Instagram. Como mídia de apoio, foram propostos conteúdos informativos direcionados para os *e-mails* dos Diretórios Acadêmicos, para grupos de WhatsApp dos cursos da universidade e meios institucionais do campus/universidade.

Porém, o Instagram² foi o principal canal que promoveu a interação, portanto o conteúdo produzido e as informações foram divulgadas via Instagram do projeto (PROJETO SAÚDE MENTAL UNIPAMPA, s. d.). Como aponta Recuero (2009, p. 69), uma rede social é sempre um conjunto de atores e suas relações. Imagens e criatividade compuseram o Instagram, assim como os *stories* foram uma vitrine para mensagens e informações sobre saúde mental e bem-estar. Houve enquetes e votações para entender o que os alunos esperavam e como gostariam de ser abordados pelo projeto, *gifs*, vídeos feitos no *reels* sobre temas diversos.

Utilizou-se *lives* como forma de discussão, reflexão, diálogo sobre temas com foco em saúde mental e bem-estar. As *lives* têm sido uma ferramenta de aproximação entre as pessoas, possibilitando informação, divulgação de conhecimento e interação, nesse período de isolamento social.

3 Resultados e discussão

O projeto de extensão “Espaço virtual/*online* voltado à saúde mental e ao bem-estar: compartilhando conhecimento e cuidado em tempos de pandemia”, desenvolvido no período entre 2020 e 2021, proposta contemplada pelo Programa de Desenvolvimento Acadêmico (PDA) 2020 – Edital 38/2020 e 2021 – Edital 40/2021 da Unipampa. Contou com bolsistas e discentes voluntários dos cursos de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, além da colaboração e auxílio de psicólogos(as) e outros

² O aplicativo Instagram foi lançado em outubro de 2010 e criado por Kevin Systrom e Mike Krieger. Com muita aceitação pelo público, em abril de 2010 já havia mais de 100 milhões de usuários conectados. Trata-se de uma rede social que pode ser facilmente instalada em vários aparelhos e através de várias plataformas. Em abril de 2012 foi criado o suporte para Android, pois o Instagram só estava disponível para iPhones. Em 20 de novembro de 2013 o Instagram foi liberado para todos os aplicativos. Entre os maiores usuários desse aplicativo estão os brasileiros.



colaboradores externos que contribuíram nas atividades/ações do projeto, portanto em uma dinâmica marcada pela interdisciplinaridade e transdisciplinaridade.

Assim, a comunicação integrada esteve presente em todas as fases do projeto, desde seu planejamento, execução das estratégias e mensuração dos resultados. Como metodologia de ação e com intuito de uma proposta direta e clara, o projeto utilizou as estratégias de comunicação.

Para o desenvolvimento das ações, a partir de diálogo pela plataforma Google Meet e o aplicativo WhatsApp, realizamos semanalmente reuniões virtuais com a equipe executora do projeto e colaboradores para estabelecer as estratégias das ações a serem executadas e o planejamento da comunicação. De acordo com Vasconcelos (2009):

[...] Planejar a comunicação é muito mais do que escolher o que vai ser dita em uma campanha e fazer propagandas em jornais e revistas. É analisar e diagnosticar corretamente o problema específico e encontrar uma solução estratégica. (VASCONCELOS, 2009, p.16)

Isto quer dizer, especialmente neste projeto, que partimos do pressuposto que, para se planejar, implementar a comunicação é necessário utilizar-se de diversos canais e formas. Assim, nesse contexto, a comunicação integrada, a construção compartilhada de maneira interdisciplinar, ganha força, posto que discentes, profissionais em formação na área de Publicidade e Propaganda, na área de Relações Públicas, professores e colaboradores que entendem da temática central do projeto são responsáveis pelo planejamento das estratégias de comunicação.

Neste sentido, foram realizadas entre 2020 e 2021 diversos encontros virtuais da equipe para planejamento, definição de pauta, cronograma da semana, análise, reflexão, estudos e discussão de melhorias para que as ações no cenário de pandemia fossem mais assertivas, gerando informações sobre o tema para a comunidade acadêmica e sociedade.

Os objetivos da comunicação via espaço virtual foram:

- Estimular o cuidado com a saúde mental na comunidade acadêmica da Unipampa – Campus São Borja e sociedade;
- Abordando didaticamente a importância da saúde mental e bem-estar;
- Convidando no indivíduo a mudança de hábito e cuidado consigo; e,
- Divulgando as ações e eventos do projeto para o público.



Aqui cabe as palavras de Ferrari (2003, p. 38) que aponta: “quando um usuário acessa um portal, quer sentir-se único. Gosta de ser ouvido e interage (seja conversando nas salas de bate-papo, mandando mensagens nos fóruns ou respondendo pesquisas de opinião).”

3.2 Estratégias de mídia

As novas e antigas mídias modificaram as formas de relacionamento das pessoas no campo da comunicação, das relações sociais, da cultura e da política. De acordo com Kunsch (2006), essas novas configurações exigem das organizações novas posturas, devendo possuir um planejamento mais apurado da sua comunicação para se relacionar com os públicos, a opinião pública e a sociedade em geral. Em nosso projeto, utilizamos em alguns momentos a mídia tradicional, mais prioritariamente as mídias sociais, sendo definida como a principal plataforma de interação o Instagram do projeto. Ademais, acreditamos que as novas mídias permitem que a comunicação com o público-alvo seja mais veloz e dinâmica. Além de que, diminui as barreiras geográficas. Destacamos as estratégias de mídia utilizadas no projeto de extensão:

1) Mídia tradicional

- Assessoria de imprensa (envio de *releases* para mídia local) de forma gratuita; e,
- Confecção de camiseta do projeto para identificação dos membros.

2) Mídias sociais

- Página no Instagram, capturar e mensurar a audiência de forma orgânica;
- *E-mails* informativos para os Diretórios Acadêmicos, como mídia de apoio; e,
- Veiculação de informativos nas páginas institucionais da Unipampa.

As ações de comunicação e divulgação foram pensadas levando em conta as diversas realidades apresentadas no cenário e contexto em que o projeto estava se desenvolvendo, adequando as necessidades particulares de cada atividade e motivando o engajamento do público.

O plano de ação foi executado por meio de uma:

1) Comunicação integrada/multidisciplinar



- Relações Públicas: relacionamento com o público, planejamento de atividades, estrutura e estabelecimento com a equipe do plano de ação, estabelecimento de parcerias com apoiadores e colaboradores, pesquisa de opinião (*stories*), conhecimento do perfil do público, *releases*, divulgação por meio de compartilhamento de *banners* virtuais pelo aplicativo WhatsApp e Instagram e Facebook;
- Publicidade e Propaganda: criação da marca e identidade visual utilizada em todas as ações/atividades e etapas do projeto, cronograma de publicações, etc. Uma identidade visual elaborada pela primeira equipe marcou a etapa presencial do projeto (período entre 2019 até final de 2020) e uma nova equipe propôs uma nova identidade para o período de 2021 (3ª edição); e,
- Psicologia³: produção de conteúdo acerca de temas voltados à saúde mental e ao bem-estar psicológico; criação do quadro Pergunta para Psi”, atividade de longo prazo/interativa – *stories, reels*); grupo de acolhimento *online*, semanal durante seis meses e pelo Google Meet uma vez por semana); palestras, entrevistas e *lives*.

3.3 A identidade visual do projeto

A criação da identidade visual do projeto foi de responsabilidade dos discentes colaboradores do curso de Publicidade e Propaganda. Utilizada em todas as etapas, atividades e ações. Foi considerada uma das estratégias de comunicação e ganhou destaque em todo o desenvolvimento do projeto.

Em 2019 foi criada a primeira marca, na qual teve seu conceito criativo baseado em características da mente na paleta de cores degradê, usando as cores azul e roxo que representam calma e estabilidade, assim como tecnologia e inovação.

³ Além do projeto ser coordenado por uma professora, psicóloga de formação, contou com o apoio permanente da psicóloga colaboradora da comunidade externa Bianca Rosa (CRP 07/34507), que ministrou diversas falas e auxiliou na revisão de todos os conteúdos relacionados à saúde mental. Ter um olhar técnico foi de suma importância, dando propriedade e amparo para as ações do projeto.



Já em março de 2021, a nova equipe fez uma nova modificação e apresentou uma nova identidade visual para marcar a 3ª edição do projeto. A Figura 1 apresenta as duas marcas.

Figura 1. Identidade visual 2019 - 2021



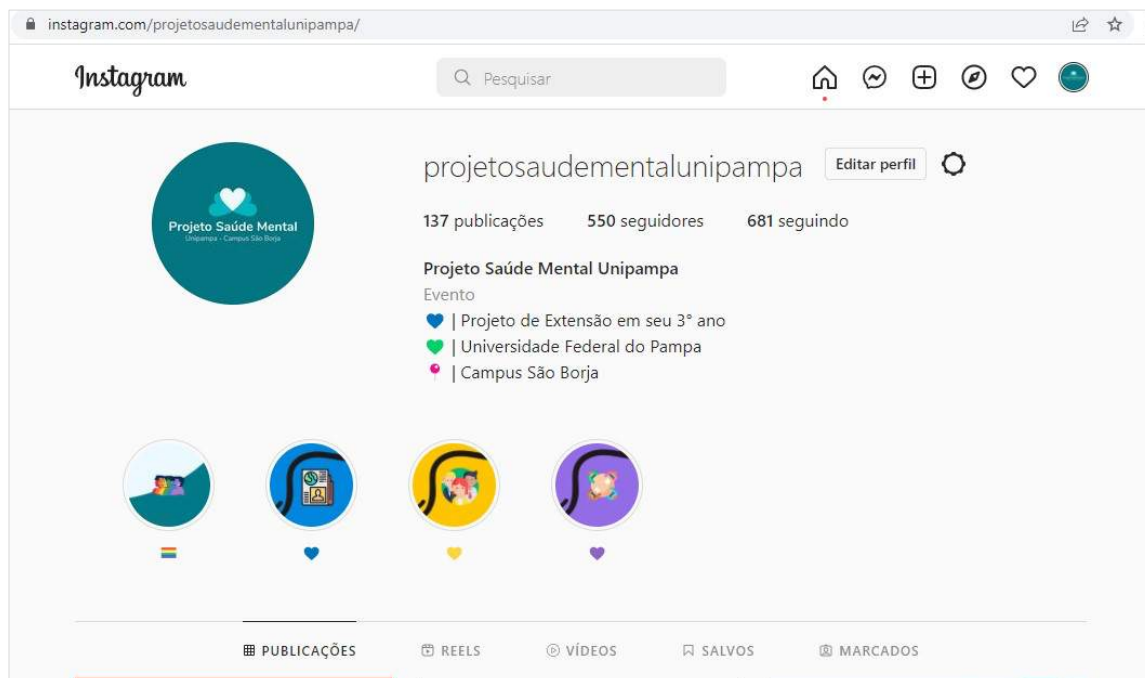
Fonte: Projeto Saúde Mental

3.4 Estratégia de comunicação pela plataforma Instagram: página do projeto

Atualmente a página já fez 137 publicações envolvendo o tema, tipo de conteúdo voltado a saúde mental e bem-estar, tem 550 seguidores engajados e está seguindo 681 pessoas (Figura 2). Como apontam Oliveira e Henrique (2016), o Instagram se destaca pelo aumento no número de engajamentos dos usuários, o qual os permite curtir e comentar publicações, enviar postagens, seguir e ser seguido, além de novidades que surgem a cada atualização do aplicativo.



Figura 2. Página do projeto no Instagram



Fonte: Projeto Saúde Mental Unipampa (s. d.)

A produção de conteúdo para o Instagram e a realização de todo o processo foi sendo realizada de acordo com as demandas definidas no planejamento e por meio da observação do comportamento dos seguidores. Assim, observamos, principalmente, o que despertava o interesse ao acessar a plataforma. Utilizamos um processo que consiste, basicamente, em escutar e compreender a audiência, procurando perceber o tipo de conteúdo que consumiam na rede social. Neste sentido, se havia preferência por *stories*, *reels*, postagens no *feed*, como interagiam e a frequência, procuramos verificar ainda os melhores horários de postagem, o que nos levou a diversificar os formatos, a fim de garantir que o máximo de pessoas da comunidade acadêmica e sociedade tivessem acessos às publicações, conteúdos.

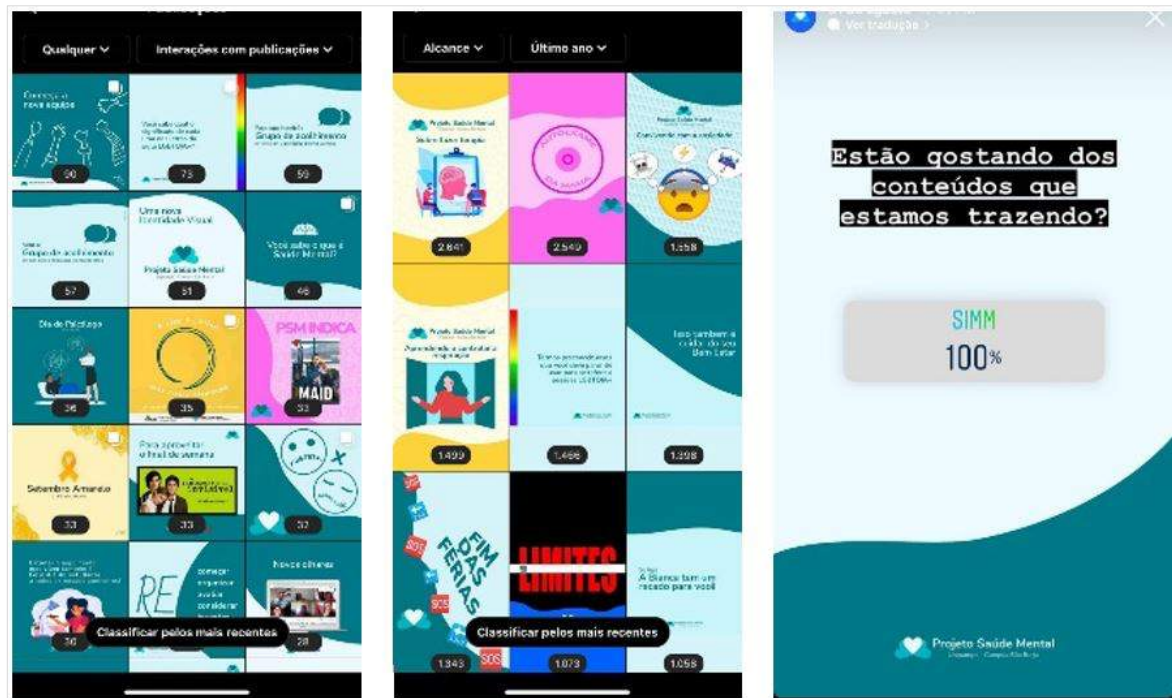
A partir disso, foram produzidos conteúdos diversos voltados para assuntos e temas relacionados à saúde mental, numa construção compartilhada de maneira interdisciplinar, envolvendo toda a equipe executora do projeto (Figura 3). Assim, membros da própria equipe protagonizaram vídeos e falas para interagir e dialogar com o público do Instagram. Houve enquetes e votações para entender o que comunidade



acadêmica e sociedade esperavam e como gostariam de ser abordados pelo projeto, além de *gifs*, vídeos feitos no *reels* sobre temas diversos.

Abaixo algumas publicações realizadas.

Figura 3. Exemplos de publicações na página



Fonte: Projeto Saúde Mental Unipampa (s. d.)

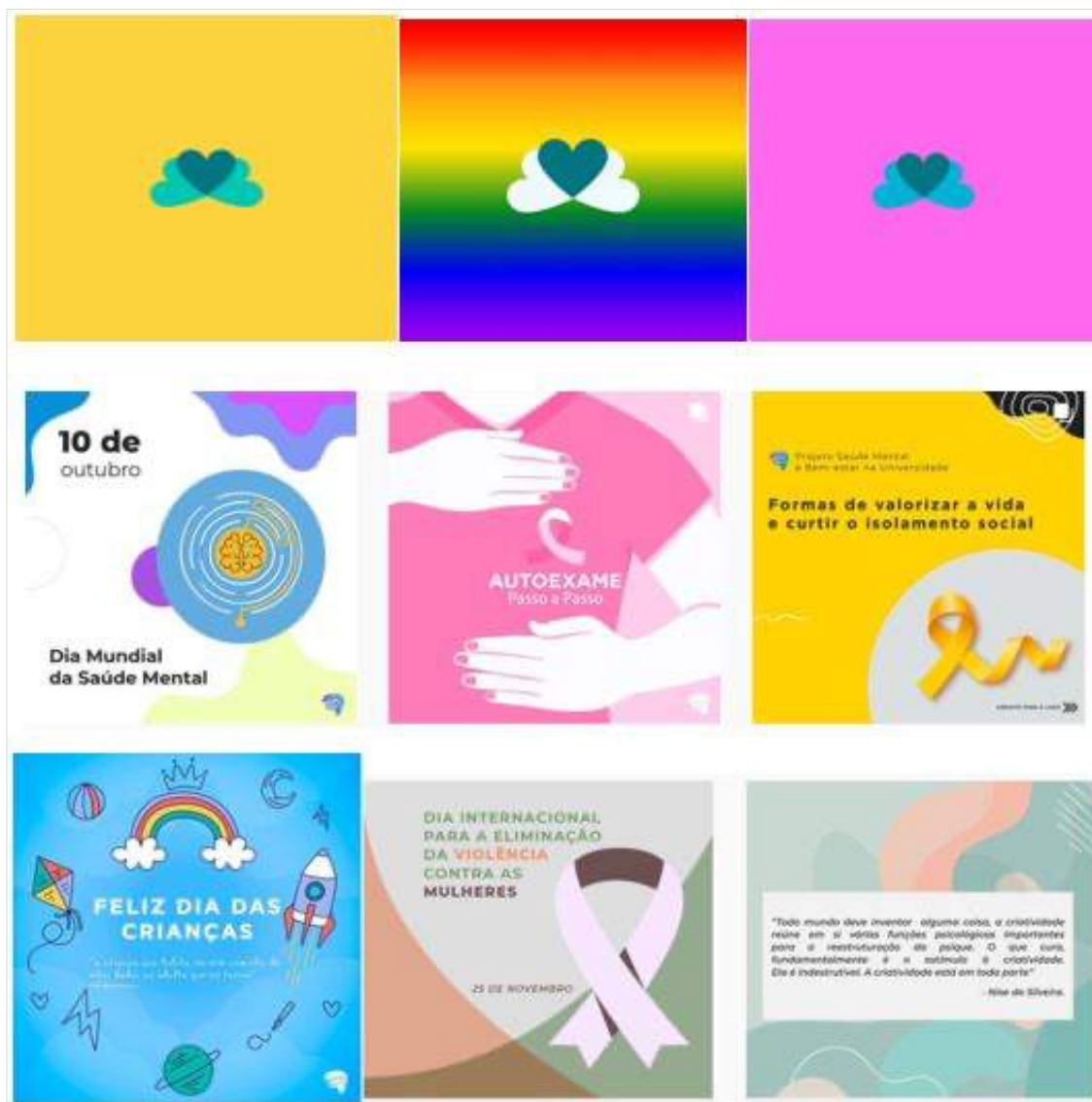
Neste movimento, também buscando fazer referência e lembrar dos eventos e datas comemorativas (dia dos pais, dia das crianças, dia da mulher, prevenção ao câncer de mama, entre outras), publicações e *reels* foram produzidos, alinhando a festividade com o foco do projeto – pensar e discutir saúde mental, bem-estar, cuidado, autocuidado (Figura 4).

Podemos destacar, inclusive, a referência feita nos meses de conscientização a causas específicas no Brasil, onde o Instagram do projeto recebia uma nova capa e as publicações seguiam a “cor do mês”. Em outubro, por exemplo, foi produzida uma capa rosa, fazendo referência ao Outubro Rosa, mês da conscientização do câncer de mama, uma das doenças que mais mata mulheres no mundo. Além da cor, informações e notícias sobre o assunto foram publicadas no perfil. O mesmo aconteceu em outros meses, como



junho, setembro e novembro. Os conteúdos são diversos; segue algumas das capas utilizadas.

Figura 4. Exemplos de capas/datas importantes na página



Fonte: Projeto Saúde Mental Unipampa (s. d.)

A produção de evento virtual através das *lives* foi utilizada como dispositivo de educação, reflexão, informação e mediação didática, se configurando em encontros síncronos, e também fizeram parte das ações do projeto e atividades do grupo executor, desde o planejamento, produção de material gráfico para convites, abertura da sala virtual, produção e entrega de certificados (Figura 5).



Temas e assuntos foram mapeados e na oportunidade dos encontros foram debatidos e trabalhados em interação com o público, que compartilhou suas experiências, preocupações e dúvidas associadas ao tema e demandas associadas ao momento e contexto de pandemia. Profissionais da área da saúde mental colaboraram para realizar as atividades e debates *online*, assim como auxiliaram na divulgação, entre outros aspectos essenciais para a transmissão.

Ademais, para aqueles impossibilitados de assistir ao vivo, as transmissões foram gravadas pelo IGTV, um aplicativo de vídeo do Instagram para os sistemas operacionais Android e IOS (iPhone), que permite a gravação de vídeos até um limite de tempo de 60 minutos de duração e compartilhamento no *feed* do Instagram para acesso e visualização futuras.

Figura 5. Eventos virtuais/lives na página do Instagram



Fonte: Projeto Saúde Mental Unipampa (s. d.)

3. 5 Pergunta para Psi e Grupo de Acolhimento Virtual

O Pergunta para Psi e o Grupo de Acolhimento foram ações essenciais para alcançarmos o objetivo do projeto neste momento atípico. A pandemia trouxe muitos



efeitos e consequências e oferecer um espaço virtual de compartilhamento com profissional qualificado para a expressão de angústias, suporte emocional e acolhimento foi de extrema relevância. O Pergunta para Psi era realizado através da caixa de perguntas do Instagram. O seguidor da página poderia fazer uma pergunta sobre algum tema voltado a saúde mental, bem-estar, cuidado ou autocuidado, e esta questão posteriormente era respondida pela psicóloga colaboradora do projeto (Figura 6).

Figura 6. Psicóloga colaboradora respondendo uma questão



Fonte: Projeto Saúde Mental Unipampa (s. d.)

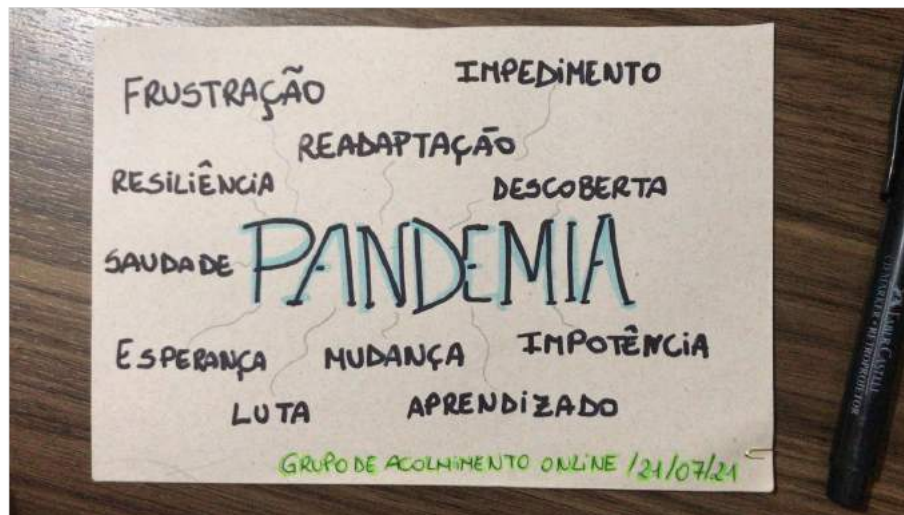
Ressaltamos que o Grupo de Acolhimento Virtual foi orientado e coordenado pela psicóloga colaboradora, da equipe executora do projeto. Se configurou em um grupo permanente de acolhimento virtual, onde a psicóloga colaboradora, semanalmente, durante seis meses, esteve à disposição dos interessados com o intuito de trocar experiências e para compartilhamento dos fatos ocorridos durante a pandemia. Como apontam Pereira e Sawaia (2020, p. 68): “[...] a prática grupal é uma importante



modalidade de cuidado e atenção, uma vez que possibilita a potencialização da vida, as afetações e ações[...].”

Cada reunião do grupo partia de um assunto inicial direcionado e, ao final, um material reflexivo era preparado em conjunto pelo grupo. Como podemos ver na Figura 7.

Figura 7. Material reflexivo gerado pelo grupo



Fonte: arquivo da psicóloga colaboradora

Esse espaço permitiu estabelecer uma relação diferente entre o profissional colaborador qualificado na área de saúde mental e aqueles alunos, e/ou pessoas da comunidade, que procuraram informações, suporte, apoio emocional. Do mesmo modo, possibilitando um espaço de fala, reflexão e elaboração de conflitos e outros aspectos psíquicos, promovendo discussões e desabafos de assuntos direcionados também com foco no momento de pandemia.

Concordamos com Pereira e Sawaia (2020) quando colocam que:

O que define a possibilidade de nos ouvirmos não é exclusivamente nossa localização espacial, mas a constituição de um espaço convidativo, organizado para que a prática amplie as possibilidades de diálogo, com uma postura acolhedora de quem coordena o grupo, permitindo que todas as vozes tenham espaço. (PEREIRA; SAWAIA, 2020, p.76)

Neste projeto, consideramos o Grupo de Acolhimento Virtual uma modalidade de intervenção psicológica que, pautada em fatores éticos e técnicos da Psicologia, se propôs a acolher e responder às demandas espontâneas por apoio e



acolhimento psicológico. Assumindo, do mesmo modo, uma ética do cuidado que exige respeito ao momento em que todos estão passando. Como ressaltam Pereira e Sawaia (2020):

Uma ética do cuidado é uma ética que oferta atenção ao singular, mas que considera o contexto histórico e toda a pluralidade que constitui a singularidade. Que não culpabiliza o outro por sua condição, ao contrário, se responsabiliza com ele, pensando e agindo, buscando mudar as condições de possibilidades. Que inclui na compreensão dos processos as emoções/afetos que constituem pensamentos e comportamentos. Que se implica a aprender com o outro. (PEREIRA; SAWAIA, 2020. p. 75)

Como podemos identificar, o grupo virtual é um espaço importante que serve de dispositivo de acolhimento diante do período de distanciamento e do contexto de pandemia. Do mesmo modo, é um processo em constante transformação que contribui com os sujeitos participantes que ampliam seu autoconhecimento pela capacidade reflexiva.

4 Considerações finais

Emerge da experiência compartilhada com todos os colaboradores, membros da equipe do projeto de extensão, que a emergência de saúde pública internacional exigiu da extensão um reinventar. A experiência suscitada na primeira edição nos fez perceber a importância de darmos continuidade as ações que promovam o bem-estar psicológico no âmbito da comunidade acadêmica e também da sociedade, principalmente, devido ao momento atípico que estamos vivenciando.

A readequação do projeto trouxe oportunidades de maior proximidade com a comunidade acadêmica e a sociedade em geral. Por meio de nossas observações e relatos dessa experiência e pelo *feedback* recebido na página do Instagram do projeto, foi possível concluirmos que conseguimos intervir qualitativamente no âmbito da comunidade acadêmica e da sociedade quanto à conscientização e sensibilização acerca do tema saúde mental e bem-estar na universidade ante o cenário da pandemia, o que contribuiu para:

- Maior proximidade com a comunidade acadêmica e a sociedade em geral;
- Difundir informações e falar sobre os temas saúde mental, bem-estar, cuidado e autocuidado de uma forma mais acessível;



- Dar visibilidade ao tema saúde mental e bem-estar psicológico;
- Tornar a universidade um espaço promotor de saúde mental;
- Contribuir para o fortalecimento das políticas e ações de atenção psicossocial dentro e fora da universidade; e,
- Produzir materiais informativos sobre temas relacionados à saúde mental e bem-estar psicológico, cuidado, autocuidado e qualidade de vida.

Após a pandemia, e tendo superado os desafios ocasionados por ela, certamente o projeto, bem como as atividades de ensino, pesquisa e extensão, serão ainda mais refletidas, analisadas e aperfeiçoadas. Esta experiência e os estudos que realizamos sobre o tema, nos levaram a perceber que a universidade, por ser uma instituição que visa a educação, deve ser um espaço promotor de saúde mental e bem-estar, num exercício de responsabilidade social, formando redes de apoio e sendo capaz de oferecer auxílio e informações para a comunidade acadêmica e a sociedade.

Referências

FERRARI, P. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação Organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. In: CONGRESSO IBEROAMERICANO DE COMUNICACIÓN, 9, 2006, Sevilla (Espanha). **Anais [...]**. Sevilla, Espanha: 2006.

MINAYO, M. C. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

MINAYO, M. C. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 12ª ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

OLIVEIRA, S. A.; HENRIQUE, J. L. Índice de maturidade das mídias sociais - Instrumento de estratégia de marketing de relacionamento para as pequenas e médias empresas. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 40, 2016, Costa do Sauípe (BA). **Anais[...]**. Costa do Sauípe, BA: ANPAD, 2016.

PEREIRA, E. R.; SAWAIA, B. B. **Práticas grupais: espaço de diálogo e potência**. São Carlos: Pedro & João, 2020.



PROJETO SAÚDE MENTAL UNIPAMPA. s. d. Disponível em:
<<https://www.instagram.com/projetosaudementalunipampa>>.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIOS, I. O., RHODEN, J.L.M, KASPER, L.D, RHODEN, V. **Relações Públicas no Projeto Saúde Mental e Bem-estar da Universidade**. In. Andres, F. S., Rhoden, V., Experiências e perspectivas: 10 anos do curso de Relações Públicas da Unipampa. Santa Maria, RS: FACOS – UFSM, 2020. Disponível em:

<https://cursos.unipampa.edu.br/cursos/relacoespublicas/files/2020/08/livro-relacoes-publicas-10-anos.pdf> . Acesso em 05 de março de 2022.

SOMEKH, B.; JONES, L. Observação. In: SOMEKH, B.; LEWIN, C. (Orgs.). **Teoria e métodos de pesquisa social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. p. 183-191.

VASCONCELOS, L. **Planejamento de comunicação integrada**: manual de sobrevivência para organizações do século XXI. São Paulo: Summus, 2009.