

Narrativas audiovisuales universitarias en comunicación en salud: el cortometraje *Overwhelmed* como vehículo de prevención de conducta suicida juvenil

University audiovisual narratives in health communication: the short film *Overwhelmed* as a vehicle for preventing youth suicidal behavior

Penélope Martín Martín^a, Fernando Sánchez Gómez^a, Gema Lobillo Mora^a

^a Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga. España

Resumen

Introducción: La salud mental y la conducta suicida en jóvenes representan un desafío creciente que exige estrategias de prevención eficaces y sensibles. Las plataformas audiovisuales ofrecen un notable potencial para la sensibilización y la educación ciudadanas en este ámbito.

Objetivos: Analizar el cortometraje universitario *Overwhelmed* como vehículo de comunicación en salud destinado a la prevención de conducta suicida en jóvenes, evaluando su capacidad para concienciar, desestigmatizar y promover una acción sociocomunicativa. **Metodología:** El estudio adopta un diseño de investigación, el estudio de caso, que usa métodos fundamentalmente cualitativos, orientado a documentar y analizar de manera sistemática el proceso comunicativo y formativo del cortometraje *Overwhelmed*, con el propósito de evaluar su potencial como herramienta de sensibilización en salud mental y como modelo extrapolable de colaboración universitaria-comunitaria.

Resultados: Una colaboración transdisciplinar, una narrativa sensible y una proyección del cortometraje en un contexto cultural de alta visibilidad reforzaron su legitimidad como recurso educativo, facilitaron la comprensión de los mensajes, la identificación con los protagonistas y la reflexión sobre la salud mental.

Conclusión: Los cortometrajes universitarios pueden constituir un medio efectivo de comunicación en salud, combinando impacto emocional, rigor ético y relevancia educativa, especialmente cuando se diseñan de manera colaborativa y orientada a la prevención.

Palabras clave: Salud mental; Prevención de la conducta suicida; Comunicación en salud; Jóvenes; Sensibilización; Narrativa audiovisual

Abstract

Introduction: Mental health and suicidal behaviour in young people represent a growing challenge that requires effective and sensitive prevention strategies. Audiovisual resources offer significant capability for enhancing awareness and facilitating education in this domain.

Objectives: The present study will analyse the university short film *Overwhelmed* as a health communication tool aimed at preventing suicidal behaviour in young people, evaluating its ability to raise awareness, destigmatise and promote socio-communicative action.

Methodology: The present study adopts a research design, the case study, which uses fundamentally qualitative methods, oriented to systematically document and analyse the communicative and formative process of the short film *Overwhelmed*, with the purpose of evaluating its potential as a tool for raising awareness in mental health and as a replicable model of university-community collaboration.

Results: A transdisciplinary collaboration, a sensitive narrative, and a screening of the short film in a high-visibility cultural context reinforced its legitimacy as an educational resource, hereby facilitating the understanding of the messages, identification with the protagonists, and reflection on mental health.

Conclusion: University short films have been identified as an effective health communication strategy, combining emotional impact, ethical rigour, and educational relevance, especially when designed through collaborative processes with a focus on prevention.

Keywords: Mental health; Prevention of suicidal behaviour; Health communication; Young people; Awareness raising; Audiovisual narrative.

Introducción

En la última década, la salud mental de la población joven ha pasado de ser un tema parcialmente invisibilizado a constituir una prioridad en las agendas sociales y sanitarias internacionales (Organización Mundial de la Salud, 2023). Ya en 2022 la Asociación Americana de Psiquiatría (APA, por sus siglas en inglés) publicó el Manual diagnóstico y estadístico de trastornos mentales, quinta edición, (DSM-5-TR). Este manual, publicado y actualizado desde 1952, define y clasifica los trastornos mentales, a fin de mejorar su diagnóstico, tratamiento e investigación. Pues bien, es significativo que esta revisión del texto incluía nuevos trastornos, tales como el trastorno del duelo prolongado, los códigos de conducta suicida y autolesiones no suicidas. En el contexto español, las cifras actuales resultan especialmente preocupantes: las tasas de suicidio entre personas de 12 a 29 años muestran un incremento sostenido, intensificado tras la pandemia de COVID-19, y se han convertido en una de las principales causas de muerte no natural en este grupo etario (Instituto Nacional de Estadística, 2024). Existen evidencias de que la reducción de la interacción social en todo el tiempo que conllevó la pandemia ha supuesto un debilitamiento de los factores de protección de la salud mental: relaciones sociales alteradas y disminuidas, soledad y sentimiento de soledad aumentados, grave alteración en las tareas y duelos de la adolescencia, incertidumbre generalizada con respecto al trabajo, estudios... (Tizón et al. 2022). Este escenario plantea un desafío urgente que exige la implementación de estrategias de prevención y sensibilización basadas en enfoques multidisciplinares, en las cuales la comunicación social y la producción audiovisual desempeñan un papel central.

Diversas investigaciones han puesto de relieve que las narrativas audiovisuales generan un impacto emocional y cognitivo capaz de favorecer la reflexión crítica y reducir el estigma asociado a los problemas de salud mental (Goodwin et al., 2021; Braun et al., 2023). La evidencia disponible indica que los cortometrajes y otros formatos breves, particularmente cuando son concebidos por y para jóvenes, incrementan la identificación de la audiencia con las historias y aumentan la probabilidad de inducir cambios actitudinales positivos (Goodwin et al., 2024; Zeng et al., 2025). En este sentido, la universidad se configura como un agente estratégico para la producción de conocimiento aplicado y la ejecución de iniciativas que articulen la formación académica con el compromiso social. La integración de proyectos audiovisuales con fines de sensibilización contribuye al desarrollo de competencias técnicas y creativas en el estudiantado, al mismo tiempo que amplifica la proyección y eficacia de los mensajes preventivos gracias al poder persuasivo de la imagen en movimiento.

La Universidad de Málaga, en estrecha colaboración con la Asociación Alhelí -entidad malagueña de referencia en el acompañamiento a personas afectadas por la pérdida de un ser querido por suicidio o por muertes traumáticas-, impulsó la producción del cortometraje *Overwhelmed*. El título elegido debe comprenderse en tanto que “*overwhelmed*” es un adjetivo que denota la experiencia de sentirse abrumado, agobiado o sobrecargado por emociones, tareas o situaciones. Sentirse agotado física, mental o emocionalmente. Tener dificultades para sobrellevar el día. Sentir que uno está solo y nadie puede ayudarlo. Angustiado, presionado, abatido, frustrado, desesperanzado. En *Overwhelmed*, el sufrimiento interior que no alcanza a nombrarse se materializa simbólicamente en su protagonista. Dirigido por la profesora Penélope Martín, el proyecto incorporó la participación de estudiantes de los grados en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, del doble grado en Turismo y Publicidad, así como del máster de Creación Audiovisual y Artes Escénicas, destacando como pilares del proyecto a los estudiantes Marta Aguilar y Alejandro Miras. Esta convergencia de saberes y perspectivas permitió afrontar un producto cultural, que combina la creatividad emergente del estudiantado con el rigor académico y la legitimidad derivada de la colaboración con un

colectivo, Alhelí, directamente vinculado a la causa de acompañar y brindar apoyo integral a las personas en proceso de duelo, facilitando su tránsito y adaptación ante la experiencia de la pérdida.

A pesar del creciente interés en el uso de medios creativos para la promoción de la salud mental, existe una escasez notable de estudios de caso empíricos que, examinen y evalúen sistemáticamente los cortos desde una perspectiva ética y metodológica rigurosa. Particularmente, son pocos los trabajos que documentan los procesos de diseño, implementación, recepción y evaluación de cortometrajes universitarios como herramientas de prevención del suicidio, así como los dilemas éticos asociados a su producción y difusión.

El presente estudio tiene como objetivo analizar un caso específico de cortometraje universitario orientado a la prevención del suicidio, atendiendo no solo a su impacto y recepción por parte del público, sino también a las consideraciones derivadas de su concepción y desarrollo como proyecto formativo. Se pretende examinar los aprendizajes, competencias y desafíos que emergen en el proceso de creación, implementación y evaluación del cortometraje, para poner de relieve su valor pedagógico y su contribución a la formación integral de futuros profesionales del ámbito comunicativo.

Asimismo, se podrá reflexionar sobre cómo la confluencia entre arte, investigación académica y acción comunitaria puede constituir una estrategia eficaz para abordar problemáticas sociales complejas, y proporcionar pautas que puedan inspirar iniciativas análogas en otros contextos socioculturales.

Marco teórico

La comunicación en salud se concibe como un conjunto de estrategias y procesos orientados a informar, educar e influir en las decisiones y comportamientos de individuos y comunidades para promover su bienestar (Bernhardt, 2004; Rimal y Lapinski, 2009; Schiavo, 2023). Su relevancia se intensifica en el ámbito de la salud mental, donde debe enfrentarse a desafíos como la estigmatización, la desinformación y la falta de espacios seguros de diálogo (Naslund et al., 2020; Ahad, 2023; Bizzotto et al., 2023).

En síntesis, Overwhelmed permitió combinar formación práctica y responsabilidad social, generando un producto audiovisual con potencial transformador y un aprendizaje significativo para el alumnado participante

Tal como se ha comentado anteriormente, la salud mental en jóvenes requiere una atención prioritaria. Según Moreno Küstner (2024), investigadora principal del Plan de Prevención de la Conducta Suicida de la Universidad de Málaga, la efectividad de estas iniciativas depende de su integración con bases científicas sólidas y estructuras institucionales consolidadas. En este marco, el cortometraje se configura como una herramienta particularmente adecuada para la prevención y la sensibilización, al combinar el impacto emocional y la fuerza narrativa con la transmisión de mensajes responsables y éticamente orientados.

Diversos estudios destacan el cortometraje como formato audiovisual especialmente eficaz para abordar temáticas sensibles como la salud mental, el suicidio y el duelo, debido a su capacidad para generar empatía, transmitir emociones complejas y promover la reflexión, especialmente cuando integra narrativas personales y contenido de alto valor emotivo (Goodwin et al., 2021; Sonke et al., 2021; Braun et al., 2023). Su brevedad favorece la atención del público joven, mientras que su versatilidad permite su exhibición tanto en entornos presenciales -festivales, centros educativos o actividades comunitarias- como en plataformas digitales, donde las audiencias juveniles consumen gran parte de su contenido cultural y formativo. La literatura evidencia además que las producciones audiovisuales bien diseñadas pueden reducir el estigma asociado

a los problemas de salud mental y fomentar actitudes positivas hacia la búsqueda de ayuda (Clement et al., 2013; Goodwin et al., 2021), lo que consolida el cortometraje como herramienta de prevención y sensibilización en salud mental juvenil.

Para garantizar que estas producciones resulten sensibles y pertinentes, la colaboración con organizaciones y profesionales de la comunidad especializados en salud mental se vuelve esencial. En este sentido, la cooperación con la Asociación Alhelí resultó clave para asegurar la sensibilidad, la pertinencia cultural y la legitimidad social del proyecto. Tal como destaca Moreno Küstner (2024), trabajar con actores comunitarios con experiencia directa en salud mental es fundamental para dotar de rigor a las acciones de prevención universitaria. La Asociación Alhelí de Málaga es una organización sin ánimo de lucro dedicada al acompañamiento emocional y psicosocial de personas que están atravesando un proceso de duelo tras la pérdida de un ser querido. Fue fundada en 2016 en Málaga y con los años se ha consolidado como un recurso de referencia en la provincia para la intervención en procesos de duelo. Su labor se centra en brindar apoyo profesional y comunitario gratuito para ayudar a las personas a transitar el duelo de forma saludable y evitar impactos negativos profundos en su vida. Ofrecen grupos de ayuda mutua, atención psicológica individualizada, y espacios de escucha y comprensión para personas que han sufrido una pérdida. Esto incluye procesos complejos como el duelo tras suicidios, donde el sufrimiento y la incompreensión social pueden ser particularmente intensos. Trabajan no solo en el apoyo emocional sino también en la prevención de consecuencias graves, con proyectos que promueven la resiliencia y la salud mental entre colectivos vulnerables. Organizan actividades y campañas para visibilizar el duelo (por ejemplo, jornadas, charlas y eventos como la carrera solidaria “No más suicidios”), además de ofrecer formación para profesionales que trabajan con personas en duelo. También colabora con entidades públicas para llevar sus servicios a municipios rurales y zonas con menor acceso a recursos psicológicos. La asociación destaca por su empatía, respeto, escucha activa y solidaridad, creando espacios seguros donde las personas pueden compartir experiencias y encontrar apoyo. Desde su creación la Asociación se ha consolidado como referente local en la lucha contra el estigma vinculado a la salud mental y el suicidio, brindando apoyo emocional y psicosocial a personas y familias afectadas. Se creó para responder a una necesidad social concreta: acompañar y apoyar a personas que atraviesan un duelo tras la pérdida de un ser querido, un proceso que muchas veces no recibe la atención necesaria dentro de los servicios habituales de salud y apoyo social, esto es, como respuesta a unas necesidades sociales contemporáneas, así fue como empezó a crecer especialmente tras la pandemia de COVID-19, que intensificó la percepción de la muerte y las pérdidas en la sociedad. Alhelí participó en todas las fases de la producción, brindó asesoría en contenidos, validó los mensajes, formó parte del elenco y la figuración y tuvo un papel relevante en su difusión. Además, incorporó lo que Pérez Costillas (2024) denomina “experiencia vivida como recurso narrativo legítimo”, enriqueciendo la narrativa con autenticidad.

Esta colaboración evidencia, además, el papel de las asociaciones civiles como agentes puente entre el conocimiento académico y las necesidades sociales, lo que incrementa la eficacia de los mensajes preventivos y facilita la articulación de estrategias comunitarias (Pérez Costillas, 2024). De manera complementaria, la implicación del estudiantado en proyectos de acción comunitaria contribuye a fortalecer su sensibilidad ética y su compromiso cívico, lo que produce aprendizajes significativos que trascienden el ámbito académico (Mezirow & Taylor, 2023).

De manera coherente con lo anterior, involucrar directamente a la audiencia juvenil en la creación y validación de los mensajes potencia aún más la relevancia y efectividad de las iniciativas preventivas. La evidencia indica que las estrategias de prevención del suicidio co-creadas con adolescentes y difundidas a través de redes sociales son

percibidas como más atractivas, culturalmente cercanas y relevantes, sin generar efectos adversos inmediatos (Robinson et al., 2017). Además, estudios experimentales muestran que un vídeo breve, diseñado específicamente para población juvenil, puede reducir de forma significativa la ideación suicida y aumentar la intención de buscar ayuda profesional, con efectos que se mantienen hasta cuatro semanas después de su exposición (Braun et al., 2023).

Cortometrajes y formatos audiovisuales para sensibilización juvenil

En el contexto de la prevención y sensibilización sobre salud mental en jóvenes, el cortometraje se perfila como un vehículo especialmente idóneo al combinar impacto emocional, capacidad narrativa y transmisión de mensajes responsables. No obstante, la representación del suicidio y del duelo en producciones audiovisuales requiere una aproximación ética rigurosa. La Organización Mundial de la Salud (2023) establece pautas para el tratamiento mediático de la conducta suicida, que aconsejan evitar descripciones explícitas de métodos, proporcionar información sobre recursos de apoyo y difundir mensajes esperanzadores. Estas directrices se apoyan en la evidencia científica sobre los efectos de imitación -Werther effect- y de prevención -Papageno effect- (Niederkrötenhaller et al., 2010) y consolidan la comunicación responsable como una herramienta estratégica de salud pública. El efecto Werther, imitador o contagio de la conducta suicida, es un fenómeno complejo que puede surgir debido a la exposición a historias mediáticas en las que personas identificables se quitan la vida. Por el contrario, el efecto Papageno previene el suicidio, al promover ejemplos positivos de gestión de crisis suicidas. Como subraya Pérez Costillas (2024), la coherencia entre los mensajes emitidos y los recursos asistenciales es fundamental, tanto para minimizar riesgos, como para activar rutas claras de acompañamiento y apoyo a las personas afectadas, reforzando así el valor social y formativo del proyecto audiovisual.

Figura 1. Cartel oficial del cortometraje *Overwhelmed* diseñado como recurso de promoción y sensibilización sobre salud mental y prevención de conducta suicida



Fuente: Autora/Diseñadora del cartel original del cortometraje *Overwhelmed* : M. C. Aguilar Cabrera (2025).

Aunque la literatura específica sobre el uso de cortometrajes como vehículo autónomo para la prevención del suicidio es aún limitada, la evidencia disponible resalta su notable potencial. Una revisión sistemática concluyó que, las intervenciones cinematográficas dirigidas a adolescentes de 16 a 19 años pueden mejorar la identificación de signos

de riesgo y fomentar conductas proactivas de apoyo y búsqueda de ayuda (Scottish Government, 2020). De manera complementaria, un estudio reciente sobre vídeos breves evidenció que la estimulación emocional inducida -en términos de activación y dominancia- influye positivamente en las actitudes de la población joven y genera experiencias de flow, lo que refuerza la intención de aprendizaje o de acción (Zeng et al., 2025).

Los adolescentes son consumidores activos de contenidos multimedia relacionados con la salud mental en plataformas como YouTube, TikTok e Instagram, utilizándolos tanto para informarse como para buscar apoyo emocional (Goodyear et al., 2018; Liu & Zhang, 2024). Este ecosistema digital constituye un entorno particularmente favorable para la difusión de mensajes preventivos, siempre que se diseñen y validen con criterios de rigurosidad y responsabilidad, a fin de minimizar riesgos y maximizar la eficacia de la comunicación (Robinson et al., 2017).

Este trabajo parte de la premisa de la validez del cortometraje como instrumento estratégico para la sensibilización juvenil, al combinar la potencia narrativa del formato audiovisual con principios de comunicación responsable y participación activa de la audiencia.

Metodología

Este estudio adopta un diseño de investigación basado en el estudio de caso, que usa métodos fundamentalmente cualitativos, orientado a documentar y analizar de manera sistemática el proceso comunicativo y formativo del cortometraje *Overwhelmed*, con el propósito de evaluar su potencial como herramienta de sensibilización en salud mental y como modelo extrapolable de colaboración universitaria-comunitaria. Este enfoque permite capturar en profundidad los aspectos técnicos, comunicacionales y pedagógicos del proyecto, así como su impacto social y educativo, lo que resulta coherente con la aplicación del estudio de caso en investigaciones sobre comunicación, educación y salud (Stake, 1995; Thomas, 2000; Yin, 2018).

Se trata de un estudio de caso único, explicativo y descriptivo. Único, porque se analiza un solo producto audiovisual. Descriptivo, porque documenta el proceso creativo, formativo y comunicacional. Explicativo, porque busca explicar cómo y por qué el audiovisual puede contribuir a la sensibilización sobre salud mental y prevención del suicidio.

La unidad de análisis es el audiovisual corto considerado como un todo, entendido no solo como un producto estético, sino como un dispositivo comunicacional con una intención social y preventiva. El audiovisual se inscribe en un contexto marcado por la creciente visibilización de los problemas de salud mental y la necesidad de estrategias comunicativas que promuevan la prevención del suicidio desde enfoques empáticos y no sensacionalistas, especialmente en espacios de difusión donde predominan los formatos breves y en un contexto sociocultural específico (jóvenes, comunidad educativa, redes sociales, etc.).

En consonancia con el enfoque del estudio de caso, se recurre a múltiples fuentes de evidencia con el fin de fortalecer el rigor metodológico, estas incluyen la revisión de documentos vinculados a su proceso de producción como proyecto universitario, fundamentación teórica, así como observaciones de la reacción del público a través de cuestionarios.

El proyecto de cortometraje de carácter social se desarrolló en el marco de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, con la participación de estudiantes de diferentes programas académicos, así como de la docente responsable y de la Asociación Alhelí. La composición multidisciplinar del grupo permitió integrar enfoques

A pesar de las limitaciones señaladas, *Overwhelmed* demuestra que la producción audiovisual universitaria puede trascender la función formativa tradicional y consolidarse como un recurso estratégico de sensibilización social en salud mental y prevención del suicidio

creativos, técnicos y sociales, lo que aseguró la riqueza y pertinencia de los contenidos y consolidó el carácter colaborativo y transdisciplinar del proyecto.

En cuanto al alumnado participante hay que indicar que pertenece a los grados en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, doble grado en Turismo y Publicidad, así como al máster de Creación Audiovisual y Artes Escénicas. El número total de participantes fue de veintiocho. Diez alumnos/as de Comunicación Audiovisual, otros diez de Publicidad y Relaciones Públicas, seis pertenecientes al doble grado en Turismo y Publicidad y otros dos alumnos/as del máster de Creación Audiovisual y Artes Escénicas. El rango de edad de los participantes oscila entre los 18 y 25 años, ya que la muestra incluye estudiantes de todos los niveles, desde primero a cuarto de los grados y de máster. La participación según cursos queda así: dos de primer curso, quince de segundo, seis de tercero, tres de cuarto y dos de máster.

El proceso de producción del cortometraje *Overwhelmed* se estructuró en un ciclo integral que combinó investigación, planificación, ejecución y difusión, sustentado en la metodología de aprendizaje basado en proyectos (Project-Based Learning, PBL). El aprendizaje basado en proyectos, es una metodología que se desarrolla de manera colaborativa, que enfrenta a los estudiantes a situaciones que los lleven a plantear propuestas ante determinada problemática. Así, se entiende por proyecto al conjunto de actividades articuladas entre sí, con el fin de generar productos, servicios o comprensiones capaces de resolver problemas, o satisfacer necesidades e inquietudes, considerando los recursos y el tiempo asignado. Este proceso se sustenta en una dinámica compartida de negociación, planificación y toma de decisiones entre los participantes, en la que se promueve la corresponsabilidad y la interacción constante, teniendo como objetivo central la obtención de un producto final que evidencie el aprendizaje alcanzado. Este método promueve el aprendizaje individual y autónomo dentro de un plan de trabajo definido por objetivos y procedimientos. Esta modalidad de enseñanza aprendizaje permitió al estudiantado asumir un rol activo en la concepción, desarrollo, producción y difusión del proyecto, favoreciendo la adquisición de competencias técnicas, creativas y éticas mediante la realización de un producto comunicativo real.

Diversos estudios avalan la eficacia del PBL en proyectos audiovisuales orientados a la sensibilización social. Así, el PBL ha demostrado su eficacia en contextos educativos y en comunicación en salud, al promover la implicación activa del estudiantado, el trabajo colaborativo, la comunicación efectiva, el pensamiento crítico y la producción de mensajes socialmente responsables (Thomas, 2000; Krajcik & Blumenfeld, 2006; Prince & Felder, 2007; Yew & Goh, 2016). Su implementación en el proyecto permitió articular la integración de saberes multidisciplinares, planificar recursos de manera estratégica, coordinar equipos y tomar decisiones informadas, garantizando tanto la calidad pedagógica como la pertinencia social del cortometraje.

En la fase inicial de este trabajo se realizó una revisión de literatura y guías nacionales e internacionales sobre comunicación responsable en suicidio y salud mental, tales como: Organización Mundial de la Salud (2023), Prevención del suicidio: un recurso para profesionales de los medios de comunicación o Ministerio de sanidad (2020), Recomendaciones para el tratamiento del suicidio por los medios de comunicación. Manual de apoyo para sus profesionales. Las nuevas recomendaciones de la OMS y de los y las profesionales de salud expertos en la materia, indican que el silencio informativo no es la opción frente a este grave problema de salud pública. La OMS, profesionales de la salud expertos en la materia y las asociaciones de personas que han vivido la trágica experiencia de la muerte por suicidio de un ser querido, apuestan por un camino bien distinto al silencio informativo. Estas entidades trabajan desde hace años en la elaboración de recomendaciones para que los medios informen de manera adecuada, exacta

y útil, de forma que se consiga un efecto beneficioso que ayude a prevenir la pérdida de vidas, animando a los medios a que informen siguiendo las directrices propuestas. Fue necesario realizar una inmersión exhaustiva en estos textos con el fin de elaborar un guion riguroso y responsable, sustentado en un enfoque positivo, alejado de planteamientos sensacionalistas, con un lenguaje cuidado, con una especial atención a los detalles a mostrar, que no simplificara una realidad tan compleja. Asimismo, se llevó a cabo consulta con la Asociación Alhelí, a fin de garantizar un enfoque ético y preventivo en el desarrollo del estudio.

Posteriormente, en la preproducción, se elaboró el guion literario y técnico, se planificaron los recursos humanos y materiales y se diseñó el material promocional. Durante la producción y postproducción se llevó a cabo el rodaje con equipamiento profesional, la dirección de actores, la edición audiovisual y el montaje de un tráiler, bajo supervisión ética del equipo docente y la asociación colaboradora. La fase final de difusión incluyó el estreno en el Festival de Málaga 2025 y su distribución en medios digitales, acompañada de un dossier de prensa que documentó la cobertura y el alcance del proyecto. La información requerida para el análisis metodológico de todo el proyecto fue recabada a través de la observación directa, registro de procesos, análisis del guion y del material audiovisual final, sesiones de discusión con el estudiantado y revisión de informes de seguimiento, permitiendo reconstruir de manera detallada las decisiones, dinámicas de trabajo y resultados, y evaluando la eficacia de la metodología aplicada (Crowe et al., 2011; Lazareva & Cruz-Martinez, 2021).

El análisis de los datos se realizó mediante un enfoque cualitativo y sistemático, estructurado en tres dimensiones: formativa, comunicativa y social.

La dimensión formativa evaluó el desarrollo de competencias técnicas, creativas y de gestión de proyectos del estudiantado, mediante listas de cotejo (checklists). Las listas de cotejo sirven para verificar si un criterio se cumple o no (Sí / No / Parcial), y cuentan entre sus ventajas que son fáciles de aplicar, reduce la subjetividad y son ideales para el seguimiento formativo. Para que fueran útiles, previamente se definieron las competencias, tanto técnicas, tales como “aplica correctamente los conceptos técnicos”, “usa adecuadamente las herramientas o tecnologías requeridas”, “el producto cumple con los requisitos técnicos del proyecto”; creativas, “presenta ideas originales o innovadoras”, “propone soluciones alternativas ante problemas” o “integra creatividad con funcionalidad”; como de gestión del proyecto, por ejemplo, “planifica adecuadamente las tareas del proyecto”, “cumple con los tiempos establecidos”, “participa activamente y se comunica con el equipo”, “asume responsabilidades asignadas”... Esto permitió una retroalimentación tanto al inicio del proyecto, como durante el proceso y al cierre. Como análisis de resultados se puede concluir que se pudo observar patrones de alta creatividad y buena planificación en todos los niveles educativos.

Para la valoración del propio alumnado con respecto a las competencias adquiridas mediante el uso del PBL como metodología en el proceso de enseñanza-aprendizaje, se elaboró una encuesta que los estudiantes contestaron de manera voluntaria y anónima. Los resultados obtenidos muestran la percepción del alumnado con respecto a su nivel de adquisición de competencias transversales como lo más importante para el buen desempeño de las tareas propias de su futura profesión.

La dimensión comunicativa examinó la eficacia del mensaje audiovisual, considerando su claridad, coherencia y capacidad de transmitir información responsable sobre salud mental y prevención del suicidio, con especial atención a la sensibilidad ética en la representación de conductas de riesgo. El procedimiento de análisis fue el de la observación y segmentación del material, esto es, visionado completo del material audiovisual, identificación de escenas clave

relacionadas con conductas de riesgo, mensajes preventivos, representación del malestar emocional. Se establecieron los siguientes criterios para el análisis comunicativo:

1. Claridad del mensaje, se evaluaba si el mensaje era comprensible y oportuno para el público objetivo. Los indicadores que se establecieron fueron, entre otros, lenguaje sencillo y accesible, mensajes que sugirieran la necesidad de búsqueda de ayuda, es decir, la prevención, ausencia de ambigüedades o contradicciones... Y el medio de análisis fue la guía de observación o matriz de análisis.
2. Coherencia narrativa y audiovisual, la congruencia entre los elementos del mensaje, cuyos indicadores fueron la lógica relación entre imagen, sonido y discurso verbal, secuencia lógica de las ideas, consistencia del mensaje preventivo a lo largo del material, uso de metáforas verbales o visuales... El medio de análisis, en esta ocasión fue el análisis narrativo y audiovisual, examinando la trama, personajes, estructura, sonido, y cómo estos elementos se integran para conectar con el espectador.
3. Capacidad informativa y responsabilidad comunicativa. El objetivo era evaluar si el contenido informaba de forma adecuada y responsable sobre salud mental, si podía orientar a los jóvenes, si el enfoque era efectivamente preventivo y no sensacionalista... Para ello, acometimos un análisis de contenido temático.
4. Sensibilidad ética en la representación, aspecto central en la prevención del suicidio. Como indicadores éticos contemplamos la no glorificación ni romantización del suicidio, evitar mostrar métodos o detalles explícitos, representación respetuosa de las personas afectadas, promoción de la búsqueda de ayuda. Para este análisis tomamos como referencia las guías éticas de la OMS, del Ministerio de Sanidad, así como la de la asociación con la que colaboramos.

Por tanto, podemos concluir que la dimensión comunicativa se abordó mediante un análisis cualitativo del contenido audiovisual, considerando criterios de claridad, coherencia narrativa y responsabilidad informativa. Asimismo, se comprobó la sensibilidad ética en la representación de conductas de riesgo, verificando el cumplimiento de recomendaciones internacionales para la comunicación responsable sobre suicidio.

La dimensión social permitió valorar el impacto del cortometraje en la comunidad, atendiendo a la visibilidad de la asociación colaboradora, la respuesta del público y la interacción en los distintos espacios de difusión. La recopilación de información incluyó el uso de cuestionarios tras las proyecciones del corto para conocer las impresiones del público asistente, análisis de cobertura mediática, publicaciones en redes sociales, registros institucionales y métricas de interacción digital, lo que permitió obtener una visión integral sobre el alcance, la repercusión y la eficacia del cortometraje en la sensibilización y educación en salud mental.

Se llevaron a cabo dos proyecciones del cortometraje, tras las cuales se solicitó al público asistente su colaboración mediante la cumplimentación de un cuestionario mixto destinado a evaluar su valor educativo en relación con la comprensión y prevención del suicidio. Dicho instrumento, elaborado con un lenguaje cuidadosamente seleccionado y un enfoque pedagógico, fue diseñado para permitir tanto un análisis cuantitativo como cualitativo de los datos obtenidos.

El cuestionario constaba de 15 ítems, estructurados en varias secciones. En primer lugar, se incluyó un bloque de recogida de datos generales con el fin de identificar el perfil del público receptor. A continuación, se formularon preguntas abiertas orientadas a explorar la comprensión del contenido del cortometraje, tales como la claridad y adecuación con la que se presentaban los factores de riesgo asociados al suicidio, la identificación de señales de

alerta que permiten reconocer a una persona en situación de riesgo, así como la percepción del mensaje global de la obra en cuanto a la promoción de la prevención y la búsqueda de ayuda.

En relación con el impacto emocional y la reflexión personal, se incorporó una segunda batería de preguntas centradas en valorar si el cortometraje favorecía una reflexión profunda sobre la importancia de la salud mental, si el tratamiento del tema se realizaba con sensibilidad y respeto, y si se consideraba pertinente el uso de este tipo de producciones audiovisuales en contextos educativos.

Finalmente, el cuestionario incluía una sección de valoración personal del cortometraje a través de preguntas cerradas con respuestas predeterminadas, lo que permitió obtener datos estandarizados y de fácil análisis. Mientras que las preguntas abiertas facilitaron una retroalimentación rica y expresada en las propias palabras de los participantes, las preguntas cerradas contribuyeron a la obtención de información cuantificable.

La primera aplicación del cuestionario se llevó a cabo al finalizar el estreno de *Overwhelmed*, el 20 de marzo de 2025 en el marco del Festival de Málaga, concretamente, dentro de la séptima edición del Espacio Solidario de la Plaza de la Merced, organizada por el Ayuntamiento de Málaga, a través del Área de Derechos Sociales, Diversidad, Igualdad y Accesibilidad, en colaboración con la Fundación "La Caixa". Se completó el aforo de la sala (80) y asistentes quedaron de pie, de los cuales participaron 43 personas. La segunda fue en el marco del IV Festival UMA Saludable, el 23 de abril de 2025, en sesión abierta a toda la comunidad universitaria, seguida de una mesa redonda. El número de cuestionarios respondidos por los asistentes fue de 60. Así pues, la muestra estuvo compuesta por 103 participantes.

Los resultados obtenidos evidenciaron una valoración positiva del material audiovisual presentado, confirmando que la propuesta cumplió con los objetivos y expectativas planteados en relación con su aceptación y utilidad educativa en la sensibilización y prevención del suicidio.

En conjunto, este enfoque metodológico permitió documentar con rigor científico el proceso de creación y difusión del cortometraje y, al mismo tiempo, evaluar su potencial como recurso educativo para la concienciación social, como instrumento de sensibilización social y modelo de cooperación transdisciplinar, lo que contribuye al desarrollo de buenas prácticas en educación en salud y comunicación social.

RESULTADOS

Los hallazgos del proyecto *Overwhelmed* se presentan considerando dos dimensiones principales: la producción del cortometraje y su impacto formativo, y el social y comunicativo.

En cuanto a la dimensión formativa, los resultados indican que la realización del cortometraje fue percibida positivamente por el 100% del alumnado participante, quien destacó la adquisición de competencias transversales instrumentales, personales y sistémicas. Así, el alumnado valuó en sus encuestas siempre muy por encima de la valoración media el desarrollo de destrezas tales como la capacidad de organización y gestión, la capacidad de gestión de la información, la resolución de problemas, la toma de decisiones en contextos profesionales simulados, la promoción del trabajo en equipo de carácter interdisciplinar, el fomento de la iniciativa y el carácter emprendedor, la motivación por la calidad y la sensibilidad hacia temas sociales.

Se pudo constatar que el grado de implicación en un trabajo universitario con carácter voluntario fue máximo y que la finalidad social del proyecto supuso una motivación añadida.

Esta percepción positiva del alumnado nos afianza en la creencia de que el aprendizaje basado en proyectos es una metodología que potencia el aprendizaje autónomo y la adquisición de competencias de los nuevos graduados en Comunicación frente al uso de otras metodologías docentes más tradicionales.

El liderazgo de la profesora Penélope Martín, con experiencia en PBL y en proyectos de sensibilización sobre salud mental, garantizó la coherencia pedagógica y comunicativa del cortometraje. Estudios previos destacan que la participación de profesorado con experiencia en metodologías activas optimiza la planificación educativa, la motivación estudiantil y la creación de productos con impacto social. De acuerdo con Lazareva & Cruz-Martinez (2021), la incorporación de criterios técnicos y comunicativos propios de la producción publicitaria y audiovisual potencia la calidad narrativa de los materiales y favorece una conexión más efectiva con la audiencia.

Al promover el proyecto un enfoque colaborativo entre estudiantes de diferentes programas académicos, se favoreció la integración de saberes técnicos, creativos y narrativos. Esta diversidad permitió diseñar y producir un mensaje audiovisual auténtico, eficaz y sensible a las problemáticas de salud mental, en consonancia con la literatura académica que evidencia cómo la transdisciplinariedad fortalece competencias profesionales complejas y facilita la resolución de problemas sociales reales.

Así pues, la combinación de liderazgo docente, el trabajo multidisciplinar y la colaboración con la comunidad contribuyó tanto a la calidad del producto audiovisual como al desarrollo profesional y ético del estudiantado.

En relación con la dimensión comunicativa y social del proyecto, los resultados muestran que la construcción de los contenidos, que se llevó a cabo de manera colaborativa con actores especializados, permitió asegurar la coherencia entre los mensajes emitidos y las estrategias de apoyo existentes, de modo que la comunicación evitara riesgos potenciales y, al mismo tiempo, promoviera rutas claras de acompañamiento y prevención, conforme a lo señalado por Moreno Küstner (2024) y Pérez Costillas (2024).

Como se ha podido observar, las consideraciones éticas constituyeron un eje central en el desarrollo de *Overwhelmed*, dada la sensibilidad que implica la representación del suicidio y del duelo en producciones audiovisuales orientadas a la sensibilización en salud mental. De acuerdo con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (2023) y de manuales especializados, se priorizó la omisión de detalles explícitos sobre métodos, el uso de un lenguaje inclusivo y respetuoso y la incorporación de mensajes de esperanza acompañados de recursos de ayuda verificados. Esta aproximación ética refuerza la función del cortometraje como herramienta educativa y preventiva, al incorporar de manera explícita la evidencia científica y las buenas prácticas en salud mental discutidas previamente en el marco teórico, y asegura que el proyecto cumpla con los estándares de responsabilidad social y comunicativa requeridos en contextos de intervención universitaria y comunitaria.

La implicación de la Asociación Alhelí aportó perspectivas éticas y experiencias vivenciales en todas las fases del proyecto –investigación, guionización y producción–, asegurando la validez de los contenidos, la coherencia de los mensajes y la incorporación de la experiencia real de personas afectadas, lo que reforzó tanto la sensibilidad como la legitimidad del cortometraje. Este tipo de colaboración pone de manifiesto el papel de las asociaciones civiles como

No obstante, los resultados obtenidos permiten concluir que *Overwhelmed* constituye un ejemplo replicable de cómo la colaboración interdisciplinaria, el liderazgo docente y el compromiso comunitario pueden converger en un proyecto audiovisual con valor pedagógico, ético y social, ofreciendo un modelo de referencia para la producción responsable en el ámbito universitario y cultural

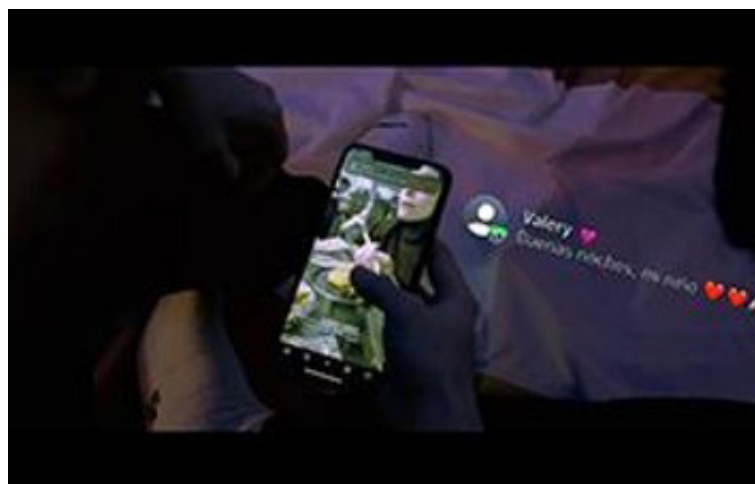
mediadoras entre el conocimiento académico y las necesidades sociales, a la vez que fortalece el compromiso público de la universidad con su entorno. De manera complementaria, la participación activa del estudiantado en este proyecto de acción comunitaria contribuyó a consolidar su sensibilidad ética, su compromiso cívico y su aprendizaje significativo más allá del ámbito académico, evidenciando cómo la interacción con la comunidad potencia simultáneamente competencias profesionales y valores sociales (Mezirow & Taylor, 2023).

Insistimos en que la integración de enfoques multidisciplinares, el liderazgo docente experimentado y la colaboración con la comunidad permitió combinar formación práctica, sensibilización social y compromiso cívico, dando lugar a un modelo de excelencia pedagógica y comunicativa. Este enfoque se alinea con estrategias integrales de prevención que articulan formación académica, participación ciudadana y acceso a dispositivos de apoyo (Moreno Küstner, 2024; Pérez Costillas, 2024) y demuestra que la producción audiovisual universitaria puede superar su función estrictamente formativa, consolidándose como un recurso estratégico con repercusión social tangible.

En síntesis, *Overwhelmed* permitió combinar formación práctica y responsabilidad social, generando un producto audiovisual con potencial transformador y un aprendizaje significativo para el alumnado participante.

Overwhelmed articula una representación simbólica del sufrimiento emocional no verbalizado, encarnado en su protagonista, interpretado por Rafa López, un joven de entre 17 y 23 años, estudiante, con aparente éxito académico, social y deportivo. El título, *Overwhelmed* -término anglosajón que puede traducirse como “sobrepasado” o “abrumado”- refleja el estado de saturación emocional que experimenta el personaje, evidenciando que, incluso en contextos de reconocimiento y rendimiento, pueden surgir problemas de salud mental como ansiedad, depresión e ideación suicida.

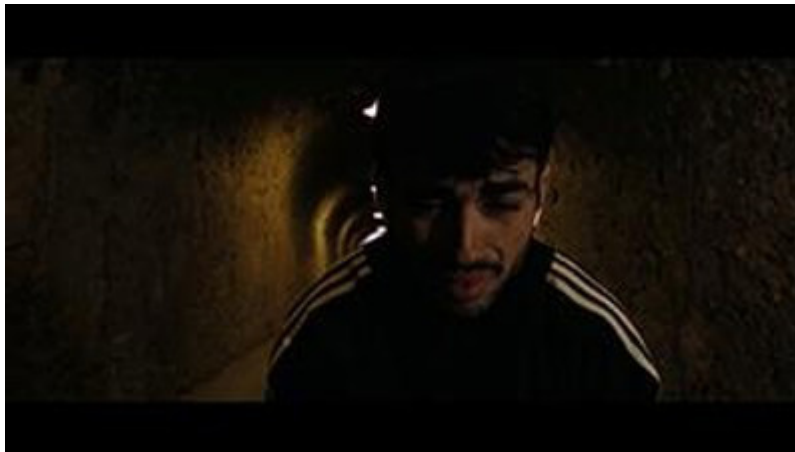
Figura 2. El protagonista de *Overwhelmed* revisa redes sociales, mostrando la interacción con plataformas digitales y la relación con la salud mental juvenil



Fuente: Fotograma original del cortometraje *Overwhelmed*, 2025.

La narrativa explora la tensión entre la normalidad aparente y el malestar interno, así como las barreras comunicativas y la percepción de soledad propia de las crisis emocionales. Un equipo reducido de tres personas se enfrentó al problema formal, expresivo, de crear, de buscar una estructura visual, una forma que revelara un contenido. La puesta en escena utiliza localizaciones con un fuerte valor simbólico, como los túneles de El Cantal (Rincón de la Victoria), lo que refuerza visualmente la sensación de encierro y ausencia de salida, en consonancia con estrategias cinematográficas empleadas para representar estados emocionales extremos (Goodwin et al., 2021; Sonke et al., 2021).

Figura 3. Escena del protagonista en el túnel, que ilustra visualmente la sensación de agobio y aislamiento asociada a estados emocionales extremos.



Fuente: Fotograma original del cortometraje *Overwhelmed*, 2025.

La producción del cortometraje combinó la dirección de actores con un registro audiovisual profesional, garantizando la calidad técnica y expresiva del mensaje (Lazareva & Cruz-Martinez, 2021). El rodaje se desarrolló a lo largo de cuatro días en localizaciones seleccionadas previamente, entre las que se incluyen el IES Concha Méndez Cuesta, los túneles del Rincón de la Victoria, la sede de la Asociación Alhelí, una vivienda particular y diversos exteriores de contextualización. El registro audiovisual se realizó con equipamiento profesional bajo la supervisión del personal técnico de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, UMA, lo que garantizó el cumplimiento de estándares elevados de calidad técnica y expresiva. Durante la postproducción se completó la edición de imagen y sonido, se montó el tráiler y se incorporaron elementos gráficos y créditos con información sobre recursos de ayuda, revisados por el equipo docente y la Asociación Alhelí para garantizar la integridad ética y comunicativa del proyecto.

El corto contó con el respaldo técnico y logístico de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, así como con la colaboración de docentes, técnicos, estudiantes, familiares vinculados a la Asociación Alhelí y entidades externas, como la empresa de publicidad enPie y la Fundación Unicaja, lo que fortaleció su legitimidad académica y social y potenció su capacidad de impacto en la sensibilización sobre salud mental.

Este enfoque metodológico integró competencias técnicas, creativas y éticas con habilidades transversales, lo que consolidó el cortometraje como un recurso educativo y de sensibilización social efectivo (Thomas, 2000; Yew & Goh, 2016). En su conjunto, estos elementos narrativos, simbólicos e institucionales configuran *Overwhelmed* como un producto audiovisual que equilibra sensibilidad estética y rigor ético, capaz de transmitir un discurso preventivo sólido y emocionalmente resonante, y que define un marco creativo y colaborativo que permite analizar posteriormente sus estrategias formales, recepción e impacto en las audiencias.

En relación con el efecto generado en la audiencia, cabe señalar que las distintas proyecciones suscitaron una elevada carga emocional, especialmente debido a la participación de representantes de la asociación Alhelí, cuyas intervenciones se caracterizaron por un alto grado de implicación personal. Estas actividades contribuyeron de manera significativa a la visibilización de la labor que desarrolla dicha asociación en el acompañamiento y apoyo a familiares de personas fallecidas por suicidio o por muerte traumática.

Asimismo, el análisis de los cuestionarios recogidos tras las proyecciones evidencia que una parte relevante del público manifestó su intención de acercarse a la asociación, bien con el propósito de colaborar, bien para solicitar

apoyo u orientación ante situaciones de riesgo, así como para obtener herramientas que permitan afrontar de manera adecuada determinadas problemáticas vinculadas al bienestar emocional.

De manera específica, los receptores más jóvenes mostraron haber adquirido una mayor concienciación y disposición a implicarse activamente en la prevención del suicidio, un fenómeno cuyo incremento tras la pandemia ha sido especialmente significativo en la franja de edad comprendida entre los 12 y los 29 años.

Se constata así que, del mismo modo que las campañas de sensibilización pública, un corto cinematográfico con un asunto motivado, que plantee una reflexión seria acerca de los complejos factores que influyen en la salud mental, hecho por jóvenes y para los jóvenes, puede favorecer, a nivel individual, conductas vinculadas con la búsqueda de ayuda. Diversos estudios señalan que este tipo de cortos audiovisuales presenta un efecto especialmente en lo relativo a la reducción del estigma y al incremento de la disposición a reconocer la necesidad de apoyo psicológico, como así mismo se ha revelado a partir de las valoraciones realizadas por los espectadores más jóvenes del film, recogidas mediante los cuestionarios.

En esta línea, los participantes valoraron muy positivamente la inclusión del film en una programación de carácter solidario, didáctico y orientado a la promoción de hábitos de vida saludables, al considerar que ello había favorecido un mayor impacto social y había contribuido a sensibilizar sobre la relevancia del cuidado de la salud emocional.

Por otra parte, los medios de comunicación y las redes sociales que se hicieron eco del trabajo desarrollado por este equipo de la Universidad de Málaga destacaron que este grupo de jóvenes comunicadores no solo había demostrado un notable talento y compromiso con la narrativa cinematográfica, sino que también había asumido la responsabilidad social de dar voz a una realidad que afecta de forma creciente a la población, especialmente a colectivos cercanos a su propia franja de edad. En este sentido, subrayaron que el proyecto se ha revelado como un ejemplo significativo del potencial del cine como herramienta de sensibilización social y de generación de cambios en la percepción colectiva, al tiempo que ha favorecido la apertura de un espacio de diálogo en torno al duelo y la prevención.

Ciertamente, la fase de difusión de *Overwhelmed* se planificó de manera estratégica para combinar visibilidad, interacción comunitaria y proyección educativa. La difusión incluyó el estreno, la presencia en redes sociales y medios digitales, así como proyecciones en entornos educativos, acompañadas de documentación del alcance mediático y social. El estreno oficial se realizó en el 28.º Festival de Cine de Málaga 2025, dentro del marco del Espacio Solidario, como ya se mencionó más arriba. Este Espacio constituye una plataforma estratégica para la exhibición de trabajos que abordan problemáticas sociales de relevancia, que permite la reflexión crítica, el debate informado y la sensibilización del público en torno a temáticas de interés social y educativo.

La inclusión de *Overwhelmed* en esta programación amplió su alcance y, al mismo tiempo, validó su pertinencia social, al poner de relieve su función como herramienta educativa en salud mental y prevención del suicidio en contextos culturales y artísticos de alto impacto. El aforo oficial del espacio (80 plazas) se completó, y se registró adicionalmente un número considerable de asistentes de pie, lo que refleja tanto el interés generado por la temática como la capacidad del formato audiovisual para captar la atención del público. Este grupo estuvo compuesto por estudiantes universitarios, representantes del tejido asociativo, profesionales de la salud mental y ciudadanía general, lo que favoreció la conformación de un entorno plural que incentivó el intercambio de perspectivas durante el coloquio posterior, moderado por la profesora Penélope Martín junto a miembros de la Asociación Alhelí. Este diálogo facilitó la profundización en aspectos narrativos, éticos y preventivos del cortometraje, previo a la realización de los cuestionarios,

al tiempo que consolidó la relación entre la comunidad universitaria y la sociedad civil, evidenciando la capacidad del proyecto para generar aprendizaje colectivo y compromiso social.

Figura 4. Estreno del Cortometraje *Overwhelmed* en el Espacio Solidario del Festival de Málaga.



Fuente: M. J. Lara, *Overwhelmed*, 2025.

La presentación de *Overwhelmed* en el Festival de Málaga ubicó la producción en un espacio cultural de relevancia, incrementando la exposición a audiencias heterogéneas y propiciando el debate en torno a la salud mental, evidenciando la importancia de los contextos culturales como multiplicadores del impacto de las iniciativas audiovisuales con fines sociales (Goodwin et al., 2021; Lazareva & Cruz-Martinez, 2021).

Paralelamente, la difusión se extendió a redes sociales, incluyendo Instagram y YouTube, así como a medios digitales como Diario Sur, La Opinión de Málaga, Asociación de la Prensa de Málaga, Canal Sur Radio, Canal Málaga Televisión y la Asociación de Productoras y Postproductoras de Cine Publicitario de España, lo que permitió documentar, amplificar y diversificar el alcance mediático del proyecto, así como extraer nuestras conclusiones sobre la repercusión y el alcance de nuestro trabajo una vez abierto a la comunidad.

Difusión multicanal y repercusión mediática

El impacto mediático y la estrategia de difusión de *Overwhelmed* se desarrollaron mediante una cobertura multicanal que integró acciones institucionales, universitarias, periodísticas y audiovisuales. En el ámbito institucional, el cortometraje, que se estrenó en el Festival de Málaga, se difundió a través de las cuentas oficiales de Instagram del Ayuntamiento de Málaga y del propio festival, lo que permitió alcanzar un público amplio y diverso (Ayuntamiento de Málaga, 2025; Festival de Málaga, 2025). La Universidad de Málaga (UMA) publicó en su portal institucional una noticia que destacó los objetivos de la producción, su proceso creativo y su vinculación con la prevención del suicidio (Universidad de Málaga, 2025).

En el plano mediático generalista, medios como Diario SUR y La Opinión de Málaga resaltaron el realismo del guion, la implicación del estudiantado y la colaboración con la Asociación Alhelí como agente clave en la sensibilización y

apoyo a personas en duelo (Diario SUR, 2025; La Opinión de Málaga, 2025). Por su parte, medios especializados y sectoriales, como la Asociación de la Prensa de Málaga y la APCP, subrayaron la relevancia del proyecto tanto en el panorama audiovisual como social (Asociación de la Prensa de Málaga, 2025; APCP, 2025).

La difusión audiovisual incluyó la publicación del vídeo oficial del estreno en YouTube (Festival de Málaga, 2025) y la participación en programas televisivos y radiofónicos, como *Atrápame si puedes* de Canal Sur (2025) y *Málaga aquí y ahora* de Canal Málaga Televisión (2025), así como entrevistas en Canal Sur Radio (2025). En conjunto, estas estrategias permitieron que *Overwhelmed* trascendiera el ámbito académico consolidándose como un proyecto de impacto institucional, mediático y social.

Impacto en redes sociales

Posteriormente al estreno del cortometraje, la estrategia comunicativa se extendió a entornos digitales, donde se registraron indicadores de alcance relevantes para la audiencia objetivo. En el momento de la redacción de este artículo, el vídeo oficial del estreno en YouTube acumula 490 visualizaciones, mientras que en Instagram las publicaciones relacionadas alcanzaron 12.700 visualizaciones, 291 “me gusta”, 20 comentarios y 28 compartidos. Estos datos, aunque de carácter cuantitativo, evidencian un interés inicial significativo y confirman la pertinencia de las redes sociales como canales prioritarios para la difusión de mensajes preventivos en salud mental y duelo entre población joven, en consonancia con hallazgos previos que subrayan su eficacia en campañas de sensibilización (Goodyear et al., 2018; Kite et al., 2023). Diversos estudios han demostrado que las campañas de salud mental difundidas a través de redes sociales generan participación pública y comportamientos de búsqueda de ayuda, destacando la efectividad de estos canales para ampliar el alcance e interacción con diversos públicos (Draganidis et al., 2024).

En paralelo, la incorporación de métricas procedentes de redes sociales -como visualizaciones, “me gusta”, comentarios y contenidos compartidos- responde a los enfoques contemporáneos en comunicación de salud, que sitúan el compromiso digital (engagement) como un predictor clave del impacto en salud pública, superando los modelos lineales tradicionales de efectos secuenciales (hierarchy of effects) (Kite et al., 2023). En este marco, las interacciones en línea no se consideran únicamente indicadores de exposición, sino catalizadores que amplifican el alcance del mensaje e impulsan su integración en conversaciones públicas. En este sentido, la respuesta obtenida en Instagram por *Overwhelmed* -medida en términos de alcance, interacción y participación activa- respalda su potencial como iniciativa de Social and Behavior Change Communication (SBCC; UNICEF & USAID, s.f.) en entornos digitales, orientada a fomentar la reflexión, promover la conexión emocional y estimular posibles conductas preventivas entre audiencias jóvenes.

Estos resultados, al integrarse con el análisis de su alcance presencial y su articulación con actores comunitarios, permiten situar *Overwhelmed* como un caso ilustrativo para el estudio del impacto multicanal en campañas de sensibilización juvenil. La evidencia cuantitativa y cualitativa recopilada constituye, por tanto, una base sólida para la discusión crítica sobre los alcances, limitaciones y posibilidades de reproducción de este tipo de intervenciones audiovisuales en contextos educativos y comunitarios.

Discusión

El proyecto *Overwhelmed* proporcionó al estudiantado un aprendizaje integral, combinando el desarrollo de competencias técnicas, creativas y profesionales con la adquisición de habilidades en comunicación socialmente responsable y producción audiovisual con fines preventivos. La experiencia puede considerarse un laboratorio formativo intensivo,

que aproxima al alumnado a los desafíos y demandas de la práctica profesional en contextos reales. La iniciativa se guio por la premisa de que la contribución de un recurso audiovisual a la mejora del bienestar de al menos una persona justifica plenamente el esfuerzo invertido. Asimismo, el proyecto logró posicionarse como una herramienta de sensibilización en salud mental y prevención del suicidio y fomentó la reflexión y el debate público sobre problemáticas sociales de alta relevancia. La alianza establecida entre la Universidad de Málaga y la Asociación Alhelí garantizó un equilibrio entre la calidad técnica y creativa del cortometraje y la pertinencia ética de su contenido.

La elección del formato cortometraje se reveló especialmente adecuada para captar la atención de audiencias jóvenes, al unir una narrativa breve con un lenguaje visual accesible y emocionalmente resonante. Este recurso se alinea con la evidencia empírica que subraya la eficacia de los relatos audiovisuales de corta duración para transmitir mensajes de salud pública, fomentar empatía y promover procesos reflexivos que pueden derivar en cambios actitudinales y conductuales (Goodwin et al., 2021; Braun et al., 2021).

La presentación de *Overwhelmed* en el marco del Festival de Málaga, específicamente en un espacio programado para iniciativas de carácter solidario, amplificó el mensaje al ubicarlo en un contexto cultural de alta visibilidad y prestigio. Este escenario potenció la proyección mediática y la recepción por parte de audiencias diversas, al mismo tiempo que consolidó la legitimidad del cortometraje como contribución significativa al diálogo público sobre salud mental y prevención del suicidio. La cocreación con actores sociales relevantes, la narrativa sensible y evocadora y la identificación del público favorecen la reflexión y la acción prosocial. Aunque la evidencia sobre su capacidad para fomentar la búsqueda activa de ayuda presenta resultados mixtos, el valor educativo y sensibilizador de este formato está ampliamente respaldado por la literatura (Goodwin et al., 2021).

El cortometraje *Overwhelmed* constituye un ejemplo paradigmático de cómo las producciones audiovisuales desarrolladas en el ámbito universitario pueden funcionar como herramientas eficaces de sensibilización social y de prevención del suicidio, especialmente entre la población joven (Goodwin et al., 2021; Braun et al., 2021). La experiencia evidencia que la colaboración estructurada entre universidad, instituciones y sociedad civil resulta decisiva para generar conocimiento con impacto real: la integración de perspectivas académicas, profesionales y experienciales favorece la elaboración de soluciones pertinentes, fortalece la transferencia de saberes, estimula la innovación educativa y refuerza la responsabilidad social (Smith & Sandelowski, 2021; Bender et al., 2022; Pérez Costillas, 2024), asegurando que las intervenciones respondan a necesidades concretas y contribuyan al bienestar comunitario (Naslund et al., 2020; Mezirow & Taylor, 2023).

En términos de los objetivos planteados para este estudio, *Overwhelmed* ha cumplido de manera satisfactoria las metas de formación y sensibilización, al combinar un enfoque ético con estrategias narrativas y audiovisuales que fomentan la empatía, la reflexión y la conciencia preventiva. La metodología participativa, el cuidado ético en el tratamiento de contenidos sensibles y la articulación entre actores académicos y comunitarios han permitido no solo la construcción de un producto audiovisual sólido, sino también el desarrollo de competencias profesionales y sociales en el alumnado, confirmando la eficacia de la propuesta educativa y formativa planteada.

A pesar de los resultados positivos alcanzados por *Overwhelmed*, el proyecto presenta varias limitaciones que deben considerarse al interpretar sus hallazgos y al plantear futuras iniciativas. En primer lugar, la ausencia de presupuesto económico propio condicionó la selección de localizaciones, el alcance de la producción y la disponibilidad de ciertos recursos logísticos y materiales. Aunque se contó con el préstamo de equipamiento profesional y la supervisión

técnica proporcionados por la Universidad de Málaga, así como con la contribución personal de la docente líder del proyecto y aportaciones mínimas de los estudiantes para cubrir dietas, esta restricción financiera podría dificultar la reproducibilidad del proyecto en contextos con menor respaldo institucional (Patton, 2015; Creswell & Creswell, 2018).

En segundo lugar, el tamaño y la composición de las audiencias de proyección fueron limitados y específicos del entorno universitario y cultural local, lo que restringe la generalización de los resultados sobre impacto social y mediático a otros públicos o comunidades con características distintas (Maxwell, 2013). Además, la evaluación del efecto del cortometraje sobre actitudes y comportamientos en relación con la salud mental se centró en indicadores cualitativos y de percepción inmediata, sin seguimiento longitudinal que permita valorar cambios sostenidos a lo largo del tiempo (Yardley et al., 2015). Finalmente, la implicación activa del estudiantado y del equipo docente, aunque fortaleció la dimensión educativa y ética del proyecto, podría introducir un sesgo de motivación y compromiso que no siempre se encuentra en contextos profesionales o comunitarios más amplios, limitando la extrapolación directa de la experiencia a otros escenarios (Stake, 1995).

A pesar de las limitaciones señaladas, *Overwhelmed* demuestra que la producción audiovisual universitaria puede trascender la función formativa tradicional y consolidarse como un recurso estratégico de sensibilización social en salud mental y prevención del suicidio. La experiencia del proyecto evidencia que el Aprendizaje Basado en Proyectos (PBL) facilita la adquisición de competencias técnicas, creativas y de gestión, al tiempo que promueve habilidades vinculadas a la comunicación ética y la responsabilidad social. Además, fomenta la implicación activa del estudiantado en problemáticas sociales de relevancia, enriqueciendo la propuesta creativa y constituyendo una experiencia formativa integral que prepara de manera significativa a futuros profesionales para afrontar los desafíos de la comunicación responsable en contextos sensibles, particularmente en entornos de comunicación y salud (Thomas, 2000; Krajcik & Blumenfeld, 2006; Yew & Goh, 2016; Harland & Wald, 2022).

Asimismo, el cortometraje confirma que la combinación de narrativa audiovisual, planificación estratégica de difusión y colaboración con entidades comunitarias amplifica la visibilidad del mensaje, potencia el debate público y fortalece la percepción de legitimidad y pertinencia social de la producción (Goodwin et al., 2021). La inclusión de un protagonista joven con éxito académico, social y deportivo, que experimenta ansiedad, depresión y pensamientos suicidas, contribuye a visibilizar que los problemas de salud mental pueden afectar a cualquier persona, incluso en contextos aparentemente favorables, reforzando la necesidad de enfoques preventivos y empáticos.

Considerando las limitaciones presupuestarias, de audiencias y de seguimiento, se recomienda que futuras iniciativas incorporen estrategias de financiación sostenibles, ampliación de la diversidad de públicos y evaluaciones longitudinales para medir el impacto de manera más precisa (Yardley et al., 2015; Creswell & Creswell, 2018). No obstante, los resultados obtenidos permiten concluir que *Overwhelmed* constituye un ejemplo replicable de cómo la colaboración interdisciplinaria, el liderazgo docente y el compromiso comunitario pueden converger en un proyecto audiovisual con valor pedagógico, ético y social, ofreciendo un modelo de referencia para la producción responsable en el ámbito universitario y cultural.

Conclusiones

La experiencia del proyecto *Overwhelmed* permite identificar futuras líneas de acción, entre las que se incluyen la evaluación sistemática a medio y largo plazo para determinar su impacto en actitudes, conocimientos y comportamientos; la replicación del modelo en distintos contextos educativos y culturales; la integración en programas formativos de

educación secundaria y universitaria; y la optimización de la estrategia de difusión multiplataforma para ampliar el alcance y la interacción con públicos diversos (Goodwin et al., 2024; Kite et al., 2023). Estudios previos publicados en esta Revista Española de Comunicación en Salud, RECS, indican que los jóvenes emplean contenidos audiovisuales y plataformas digitales no solo como fuentes de información, sino también como herramientas de interacción social y construcción de significado. Este comportamiento señala que los medios audiovisuales constituyen un espacio idóneo para la difusión de mensajes de sensibilización sobre salud mental, facilitando la concienciación y la reflexión en la población juvenil (Arana, Mimenza & Narbaiza, 2020).

Más allá de su efecto inmediato, el cortometraje ofrece perspectivas para futuras investigaciones en comunicación en salud mental y educación audiovisual, como la evaluación longitudinal de la eficacia de producciones cinematográficas en la promoción de conductas preventivas y la reducción del estigma, así como estudios comparativos con otras estrategias de sensibilización dirigidas a jóvenes. Su diseño ético, estructura narrativa simbólica y capacidad de proyección mediática consolidan al audiovisual como un recurso estratégico en la construcción de sociedades más empáticas, informadas y resilientes, proporcionando un modelo replicable para iniciativas académicas y comunitarias orientadas a la prevención y la educación en salud.

Contribución de los autores

Conceptualización: Martín Martín, Penélope. **Metodología:** Martín Martín, Penélope y Lobillo Mora, Gema. **Software:** Martín Martín, Penélope y Sánchez Gómez, Fernando. **Validación:** Martín Martín, Penélope. **Análisis formal:** Martín Martín, Penélope, Sánchez Gómez, Fernando y Lobillo Mora, Gema. **Curación de datos:** Martín Martín, Penélope. **Redacción-Preparación del borrador original:** Martín Martín, Penélope y Lobillo Mora, Gema. **Redacción-Revisión y Edición:** Martín Martín, Penélope, Sánchez Gómez, Fernando y Lobillo Mora, Gema. **Visualización:** Martín Martín, Penélope y Sánchez Gómez, Fernando. **Supervisión:** Martín Martín, Penélope. **Administración de proyectos:** Martín Martín, Penélope. Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito: Martín Martín, Penélope, Sánchez Gómez, Fernando y Lobillo Mora, Gema.

Financiación

Este trabajo ha sido financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España, en el marco del Proyecto Nacional Presucear (Referencia: PID2023-151727NB-I00), y por la Fundación Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership.

Declaración de disponibilidad de datos

Los datos presentados en este estudio pueden ser solicitados al autor de correspondencia.

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de interés.

Referencias

Ahad, A. A., Sanchez Gonzalez, M., & Junquera, P. (2023). Understanding and addressing mental health stigma across cultures for improving psychiatric care: A narrative review. *Cureus*, 15(5), e39549. <https://doi.org/10.7759/cureus.39549>

Aleksandra Lazareva, Gibran Cruz-Martinez, Digital Storytelling Project as a Way to Engage Students in Twenty-First Century Skills Learning (2021). *International Studies Perspectives*, Volume 22, Issue 4, November, pp. 383–406, <https://doi.org/10.1093/isp/ekaa017>

APCP (2025, 13 marzo). *Eventérate: Málaga, ¡allá vamos!*. <https://apcp.es/eventerate-malaga-alla-vamos/>

Arana Arrieta, E., Mimenza Castillo, L., & Narbaiza Amillategi, B. (2020). Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación. *Revista De Comunicación Y Salud*, 10(2), 149–183. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).149-183](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).149-183)

Asociación Estadounidense de Psiquiatría (2013). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (5.^a ed.). <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>

Ayuntamiento de Málaga (2025, 13 marzo). Publicación en Instagram sobre “*Overwhelmed*”. Instagram. https://www.instagram.com/p/DGx9wzvsxIG/?img_index=3&igsh=MW9zemdrNnBzMzBnaQ==

Bernhardt, J. M. (2004). Communication at the core of effective public health. *American Journal of Public Health*, 94(12), pp. 2051–2053. <https://doi.org/10.2105/AJPH.94.12.2051>

Bizzotto, N., de Bruijn, G.-J., & Schulz, P. J. (2023). Buffering against exposure to mental health misinformation in online communities on Facebook: The interplay of depression literacy and expert moderation. *BMC Public Health*, 23, 1577. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-16404-1>

Braun, M., Till, B., Pirkis, J., & Niederkrotenthaler, T. (2023). Effects of suicide prevention videos developed by and targeting adolescents: a randomized controlled trial. *Eur Child Adolesc Psychiatry* 32, pp. 847–857. <https://doi.org/10.1007/s00787-021-01911-6>

Canal Málaga Televisión (2025, 20 marzo). Málaga aquí y ahora con Paula Sánchez Mercado [Archivo de vídeo]. bit.ly/423omyB

Canal Sur Más (2025, 28 marzo). Atrápame si puedes [Programa de televisión]. <http://bit.ly/4mA0Bqa>

Canal Sur Radio (2025, 20 marzo). Entrevista sobre el cortometraje *Overwhelmed*. <http://www.canalsur.es/multimedia.html?id=2177111>

Clement, S., Schauman, O., Graham, T., Maggioni, F., Evans-Lacko, S., Bezborodovs, N., Morgan, C., Rüsch, N., Brown, J. S. L., & Thornicroft, G. (2013). What is the impact of mental health-related stigma on help-seeking? A systematic review of quantitative and qualitative studies. *Psychological Medicine*, 45(1), pp. 11–27. <https://doi.org/10.1017/S0033291714000129>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Crowe, S., Cresswell, K., Robertson, A., Huby, G., Avery, A., & Sheikh, A. (2011). The case study approach. *BMC Medical Research Methodology*, 11, 100. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-11-100>

Diario SUR (2025, 13 marzo). ‘*Overwhelmed*’, el corto protagonizado por alumnos de la UMA que aborda el duelo y la salud mental. <https://lc.cx/-nh40h>

- Draganidis, A., Fernando, A. N., West, M. L., & Sharp, G. (2024). Social media delivered mental health campaigns and public service announcements: A systematic literature review of public engagement and help-seeking behaviours. *Social Science & Medicine*, 359, 117231. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2024.117231>
- Festival de Málaga (2025, 13 marzo). Publicación en Instagram sobre “Overwhelmed”. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DGx0udLibxX/?igsh=aXRwN3l0cGQ0YzEy>
- Festival de Málaga (2025, 20 marzo). *Overwhelmed* – Emotivo estreno del cortometraje en el 28 Festival de Cine de Málaga [Video]. YouTube. https://youtu.be/wu2y1TmGbeU?si=_SFzZ-LjTljQHCK3
- Goodwin, J., Behan, L., Mohamad M. Saab; Niamh O'Brien; Aine O'Donovan; Andrew Hawkins; Lloyd F. Philpott; Alicia Connolly; Ryan Goulding; Fiona Clark; Deirdre O'Reilly; Corina Naughton (2024). A film-based intervention (Intinn) to enhance adolescent mental health literacy and well-being: Multi-methods evaluation study. *Mental Health Review Journal*, 29(1), pp. 48–63. <https://doi.org/10.1108/MHRJ-05-2023-0027>
- Goodwin, J., Saab, M. M., Dillon, C. B., McCarthy, A., O'Brien, M., & Philpott, L. F. (2021). The use of film-based interventions in adolescent mental health education: A systematic review. *Journal of Psychiatric Research*, 137, pp. 158–172. doi:10.1016/j.jpsychires.2021.02.055
- Goodyear, V. A., Armour, K. M., & Wood, H. (2018). Young people and their engagement with health-related social media: New perspectives. *Sport, Education and Society*, 24(7), pp. 673–688. <https://doi.org/10.1080/13573322.2017.1423464>
- Instituto Nacional de Estadística (2024). Defunciones por causa de muerte. Año 2023. INE. [https://www.ine.es/dyngs/Prensa/pEDCM2023.htm#:~:text=En%20el%20a%C3%B1o%202023%20se,que%20en%202022%2C%20respectivamente\).](https://www.ine.es/dyngs/Prensa/pEDCM2023.htm#:~:text=En%20el%20a%C3%B1o%202023%20se,que%20en%202022%2C%20respectivamente).)
- Kite, J., Chan, L., MacKay, K., Corbett, L., Reyes-Marcelino, G., Nguyen, B., Bellew, W., & Freeman, B. (2023). A Model of Social Media Effects in Public Health Communication Campaigns: Systematic Review. *Journal of medical Internet research*, 25, e46345. <https://doi.org/10.2196/46345>
- Krajcik, J., & Blumenfeld, P. C. (2005). Project-based learning. En R. K. Sawyer (Ed.). *The Cambridge handbook of the learning sciences*. Cambridge University Press, pp. 317–334. doi: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511816833.020>
- La Opinión de Málaga (2025, 24 marzo). Un corto de alumnos de la UMA rompe tabús sobre la salud mental. <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2025/03/24/corto-overwhelmed-alumnos-uma-rompe-tabus-alheli-115558603.html>
- Liu, J., & Zhang, Y. (2024). Modeling health video consumption behaviors on social media platforms: An exploratory study. *arXiv*. Vol. 8, No. CSCW1, Article 208. <https://arxiv.org/abs/2311.09040>
- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative research design: An interactive approach* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Mezirow, J., & Taylor, E. W. (2023). *Transformative learning in practice: Insights from community-based education*. San Francisco: Jossey-Bass/Wiley.

- Ministerio de sanidad (2020). *Recomendaciones para el tratamiento del suicidio por los medios de comunicación. Manual de apoyo para sus profesionales*. https://www.sanidad.gob.es/areas/calidadAsistencial/estrategias/saludMental/docs/MANUAL_APOYO_MMCC_SUICIDIO_03.pdf
- Moreno Küstner, B. (2024). Experiencia investigadora en prevención del suicidio y desarrollo del primer Plan de Prevención de la Conducta Suicida en la Universidad de Málaga. Grupo de Prevención del Suicidio de Málaga. <https://lanochedelosinvestigadores.fundaciondescubre.es/investigador/berta-moreno-kustner/>
- Naslund, J. A., Aschbrenner, K. A., Araya, R., Marsch, L. A., Unützer, J., Patel, V., & Bartels, S. J. (2020). Digital technology for treating and preventing mental disorders in low-income and middle-income countries: A narrative review of the literature. *The Lancet Psychiatry*, 7(6), 487–500. doi: 10.1016/S2215-0366(17)30096-2
- Niederkrotenthaler, T., Voracek, M., Herberth, A., Till, B., Strauss, M., Etzersdorfer, E., Eisenwort, B., & Sonneck, G. (2010). Role of media reports in completed and prevented suicide: Werther v. Papageno effects. *The British Journal of Psychiatry*, 197(3), 234–243. <https://doi.org/10.1192/bjp.bp.109.074633>
- Organización Mundial de la Salud (2023). Prevención del suicidio un instrumento para profesionales de los medios de comunicación. <https://iris.paho.org/server/api/core/bitstreams/a762cf09-8591-4abe-9ef6-30b2211e6145/content>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Pérez Costillas, L. (2024). Estrategias comunicativas en prevención del suicidio: Reflexiones desde la praxis clínica y comunitaria. Grupo Andaluz de Prevención de Conductas Suicidas. <https://commalaga.com/los-medios-de-comunicacion-tienen-un-papel-fundamental-en-la-prevencion-del-suicidio/>
- Prince, M. J., & Felder, R. M. (2007). The many faces of inductive teaching and learning. *Journal of College Science Teaching*, 36(5), 14–20. [https://www.pfw.edu/offices/celt/pdfs/Inductive\(JCST\).pdf](https://www.pfw.edu/offices/celt/pdfs/Inductive(JCST).pdf)
- Rimal, R. N., & Lapinski, M. K. (2009). Why health communication is important in public health. *Bulletin of the World Health Organization*, 87(4), 247. <https://doi.org/10.2471/BLT.08.056713>
- Robinson, J., Hill, N. T., Thorn, P., Battersby, R., Teh, Z., Reavley, N. J., Pirkis, J., & Lamblin, M. (2017). Developing social media-based suicide prevention messages in partnership with young people: Exploratory study. *JMIR Mental Health*, 4(4), e40. <https://doi.org/10.2196/mental.7847>
- Rutz, W., & Pirkis, J. (2017). *Suicide prevention: A global perspective*. Luxemburgo: Springer.
- Schiavo, R. (2023). *Health communication: From theory to practice* (2nd ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Scottish Government (2020). *Cinematherapy and film-based interventions for adolescent suicide prevention: A systematic review*. Edinburgh: Scottish Government.
- Sonke, J., Sams, K., Morgan-Daniel, J., & Pumariaga, A. (2021). Systematic review of arts-based interventions to address suicide prevention and survivorship in Australia, Canada, the United Kingdom, and the United States of America. *Health Promotion Practice*, 22(1_suppl), 53S–63S. <https://doi.org/10.1177/1524839921996350>
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Teatro Cervantes (2025, 13 marzo). Rueda de prensa del Espacio Solidario del 28 Festival de Málaga. https://prensa.teatrocervantes.com/FESTIVAL_Rueda_EspacioSolidario.zip

- Thomas, J. W. (2000). A review of research on project-based learning. The Autodesk Foundation. http://www.bie.org/research/study/review_of_project_based_learning_2000
- Tizón JL, Ciurana R, Fernández-Alonso MDC, Buitrago F. (2022). La salud mental de los jóvenes y la pandemia de la COVID-19: la parcialización y pixelación de la juventud. *FMC*. 2022 Apr;29(4):159-163. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9045741/>
- UNICEF & USAID (s.f.). *Social and behavior change communication*. UNICEF. Social+Behavior change. <https://www.sbcguidance.org/understand/social-and-behaviour-change-communication>
- Universidad de Málaga (2025, 13 marzo). Estudiantes y docentes de la UMA ruedan un cortometraje solidario sobre el duelo y la salud mental. <https://lc.cx/zyaWPg>
- World Health Organization (2023). Preventing suicide: A resource for media professionals. WHO. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240076846>
- Yardley, L., Morrison, L., Bradbury, K., & Muller, I. (2015). The person-based approach to intervention development: Application to digital health-related behavior change interventions. *Journal of Medical Internet Research*, 17(1), e30. <https://doi.org/10.2196/jmir.4055>
- Yew, E. H. J., & Goh, K. (2016). Problem-based learning: An overview of its process and impact on learning. *Health Professions Education*, 2(2), pp. 75–79. <https://doi.org/10.1016/j.hpe.2016.01.004>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Zeng, H., Yao, G., & Ma, X. (2025). The impact of short videos on young people's willingness to learn: Mediating role of emotional arousal and flow experience. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, 624, pp. 1-17. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04963-0>