



#BeTheKey, una nueva campaña liderada por universitarios para acabar con el extremismo y la islamofobia en Barcelona

Estudiantes de Blanquerna invitan a la ciudad a mostrar sus llaves en Instagram para luchar contra la islamofobia

Un grupo de estudiantes de la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna, de la Universidad Ramon Llull (Barcelona), lanza un proyecto para acabar con el discurso de odio contra los musulmanes dentro y fuera de las redes sociales. El proyecto tiene por nombre #BeTheKey (en castellano, Sé la llave) y tiene como objetivo principal concienciar e invitar a la reflexión a la ciudadanía, las instituciones y a los medios de comunicación sobre el reciente aumento de la islamofobia en la ciudad de Barcelona, concretamente, en el barrio del Raval.

La iniciativa nace en el marco del Observatorio Blanquerna de Comunicación, Religión y Cultura a partir de la preocupación de 7 jóvenes, de entre 18 y 25 años, que observaron como los ataques terroristas del pasado 17 de agosto golpearon el corazón del barrio donde está situada su Facultad, el Raval. Cansados de actitudes intolerantes hacia la comunidad musulmana y de una narrativa nada positiva hacia el islam, se han propuesto actuar para resolver el problema. "Vemos la situación con gran preocupación y por eso pensamos que es el momento de cambiar y de hacernos oír", afirman. Su lema, del que surge el nombre, es el siguiente: "Cada uno de nosotros puede ser clave para cambiar el discurso y las actitudes de odio hacia a los inmigrantes".

#BeTheKey tiene una vocación de barrio (entendiendo por barrio el barrio del Raval, en Barcelona), sin olvidar su público principal, los jóvenes de la ciudad de Barcelona, y por eso hace un gran uso de las redes sociales también para llegar a personas de otros lugares. Los posts los hacen en catalán, castellano, inglés, árabe, francés, griego e italiano.

Los estudiantes cuelgan fotos, recursos, noticias, agenda, testigos..., que sean positivos y ayuden a llenar las redes sociales de material que incite al respeto, al

diálogo y al reconocimiento de la alteridad, y que no contribuyan a incendiar, confundir o estigmatizar.

Con presencia en Facebook (<https://www.facebook.com/bethekeybarcelona/>), Twitter (@bethekey_) e Instagram (@bethekey_), se hace un llamamiento para que los usuarios alcen la voz en contra del odio enviando sus fotografías más creativas con una llave como protagonista. "El arte nos ayudará a cumplir nuestro objetivo. Todos podemos ser la llave", reiteran los jóvenes. La colección de imágenes recogidas se expondrá también en la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna (URL).

Además, están programadas, entre otras actividades, encuentros con jóvenes de diferentes procedencias para que relaten su experiencia en el barrio y su opinión sobre cómo creen que se podría revertir la situación. La próxima actividad tendrá lugar el 14 de mayo por la tarde, en el plató de la Facultad, y estará abierta a todo el mundo que quiera participar. En la calle, #BeTheKey se presentará a los ciudadanos que pasen por el Raval y se les pedirá su participación.

Los jóvenes, que están coordinados por la periodista y profesora Miriam Díez, directora del Observatorio Blanquerna de Comunicación, Religión y Cultura, hacen un llamamiento a los establecimientos del Raval que quieran adherirse utilizando una llave como reclamo.

Lydia Dionís, estudiante de primer curso de Relaciones Internacionales y directora del proyecto, explica lo siguiente: "Las nuevas generaciones deben conocer un mundo donde el discurso de odio no exista. ¡Está en tus manos querer ser la llave para cambiar el transcurso de la historia! "

La campaña ya ha recibido fotografías de llaves de Chile, Eslovenia, Estados Unidos, Marruecos o Alemania, entre otros lugares. También se pueden enviar fotografías de llaves, o de personas con una llave en la mano, a este correo: bethekeyurl@gmail.com.

[Más información](#)

Observatori Blanquerna de Comunicació, Religió i Cultura

obs@blanquerna.url.edu

935233101