

Des del carrer

ChasCar, un projecte solidari a favor de Sant Joan de Déu

«Fem vídeos amb persones molt solidàries que a més són famoses»

Mercè Raga i Macià Grau

L'Esther Ferreras, la Lara Ulloa i l'Oriol Rafael, companys de feina com a actors de doblatge, es van posar d'acord l'estiu passat per fer un projecte solidari per ajudar en la lluita contra el càncer. Amb aquesta intenció van crear ChasCar, una iniciativa original que consisteix a penjar al Youtube petits vídeos humorístics en els quals actuen personatges famosos. D'aquesta manera, aconsegueixen tenir un gran nombre de visites que es transformen en ingressos per a l'associació. Tots els diners obtinguts van destinats a la construcció del nou centre d'oncologia infantil de l'hospital Sant Joan de Déu. Carlos Latre, el Mago Pop o Noemí Galera són alguns dels personatges que ja han participat en aquests vídeos solidaris, que es poden veure al canal de Youtube de l'associació: ChasCar.

En què consisteix ChasCar?

ChasCar és un projecte solidari sense ànim de lucre que explica històries plenes de màgia protagonitzades per persones molt solidàries que a més a més són famoses. Fem gags enregistrats dins d'un cotxe amb els famosos com a protagonistes, amb l'única intenció d'aconseguir un somriure de l'espectador. Finalment pengem els vídeos al nostre canal de Youtube i amb les visualitzacions volem aconseguir una monetització, a través dels ingressos per la publicitat. Tots aquests diners els destinem a la construcció del nou centre d'oncologia infantil de Sant Joan de Déu.

Com va sorgir la idea?

La idea va sorgir arran d'un càncer que va patir la Lara. Aquesta experiència, que va superar satisfactoriament, ens va fer decidir que el nostre projecte havia de ser solidari. Posteriorment vam conèixer la iniciativa que estava realitzant l'hospital Sant Joan de Déu per a la construcció d'un nou centre d'oncologia infantil. Aquest projecte ens va enamorar,



ja que pretén atendre a tothom, i té moltes altres finalitats: millorar la investigació, les condicions dels tractaments, etc. En veure tot el que proposa aquesta iniciativa vam concloure que la nostra idea havia d'anar encaminada a ajudar a fer possible la creació del nou centre.

Ja heu gravat 16 vídeos. Ha estat fàcil convidar i treballar amb els famosos que hi han participat?

Una vegada els famosos reben la nostra proposta, mai no hi ha un no per resposta. El problema és que prèviament hem de passar molts filtres per arribar a contactar amb ells. Tot i això, tothom s'ha mostrat molt predisposat i fins i tot hi ha alguns casos en els quals són els mateixos personatges els qui ens proposen participar-hi. A l'hora de treballar amb ells ha sigut encara més fàcil. Els donem un guió, que només és una directriu que poden

«Una vegada els famosos reben la nostra proposta, no hi ha un no per resposta»

seguir, però el més important és que s'han de sentir còmodes i deixar-se anar. I això ens ha passat en gairebé totes les ocasions.

El vídeo el pengeu cada dilluns, i les visualitzacions són molt importants, per què?

A partir de les 10.000 visualitzacions per vídeo i els 1.000 subscriptors al nostre canal podem obtenir ingressos a través de la publicitat. És per això

que com més viral es faci el vídeo, més podem recaptar. El problema és que des del dia 8 de gener Youtube ha posat una condició més per monetitzar els vídeos: s'han de tenir 4.000 hores de visualitzacions en 12 mesos. Els nostres gags tenen una durada d'entre 3 i 4 minuts, i aconseguir aquestes xifres és força complicat. Per aquest motiu estem buscant altres maneres de poder recaptar, tot i que el nostre objectiu principal també és donar a conèixer el projecte de Sant Joan de Déu per al centre pediàtric de càncer. A les nostres xarxes tenim tota la informació del nou centre que prepara l'hospital, i també s'hi pot fer una donació anònima a través nostre. En fer la donació consta que prové del nostre projecte, i els diners van directes a Sant Joan de Déu. És per això que tenim previst seguir fent més vídeos i continuar ajudant.

Rauxa

La temptació



Eduard Brufau

Quan al desert el dimoni tempta Jesús ho fa partint de les Escriptures. El Maligne se les sap de memòria i és capaç d'encadenar cites una rere l'altra sense equivocar-se gràcies al seu coneixement privilegiat. Però fins i tot quan repeteix fidelment les Escriptures, el diable menteix; en la seva boca la mateixa veritat es transforma en una mentida repugnant.

Incapaç de projectar sobre la Paraula de Déu —i sobre res— una mirada amorosa, tot li queda sempre com una realitat externa, estranya, no assimilada. En veure-les només com un objecte utilitza les Escriptures, en profit

propi, i els fa dir allò que més li convé per sostenir els seus arguments i aconseguir els seus objectius perversos. Tal com fa el dimoni, també l'home pot tenir la veritat en persona davant seu i negar-la una vegada i una altra tot esperant-ne treure algun benefici. Davant de la temptació l'home només té dues opcions: o bé la veritat, o bé la mentida; o bé Crist, o bé el Maligne. En aquesta disjuntiva el Maligne sempre es mostra audaç, intel·ligent i enginyós. En canvi, Crist en té prou de parlar amb senzillesa i dolçor; només als seus llavis la Paraula adquireix el seu sentit ple i veritable.