

REVISTAS PORNO 4%, CALDERÓN 21%.

EL 4% DE IVA PARA

EL MÁGICO PRODIGIOSO
de
PEDRO CALDERÓN DE LA BARCA

La Compañía de teatro **Primas de riesgo** se convierte en **Distribuidora de Revistas Porno**, bajo el slogan
Revistas Porno 4%, Calderón 21%.

Hace unas dos temporadas **Albert Boadella** anunciaba en una rueda de prensa cómo quedaba esto del **IVA** en el mundo de la Cultura: **2 1%** para el teatro y cultura en general; **10 %** para el deporte y el **4%** para la producción **Porno**. La noticia, hoy, ya está más que trillada, y la losa del **21%,** cada vez que se emprende una creación cultural, no cesa. Por activa y por pasiva se ha denunciado el gravamen que supone el **21%** para el mundo del Teatro y de la Cultura. De poco ha servido. La **Compañía Primas de riesgo** ha tomado el toro por los cuernos.



ESTHER ACEVEDO
FOTO: www.madridteatro.net

Primas de riesgo es una compañía formada por mujeres, que en el **Festival Clásicos de Alcalá 2014** , presentaron *El mágico prodigioso* de **Calderón de la Barca** . Tal elección, no nace de un criterio feminista, sino debido los repartos preferentemente masculinos de nuestros clásicos.

- *De la cartelera madrileña de cada cuatro personas que se suben al escenario tres son hombres* - declara **Esther Acevedo**, intérprete y productora del espectáculo -*, entonces, prácticamente, no hay cabida para que trabajamos las actrices, que, sin embargo, somos muchas más la que salimos de las Escuelas. Esto no solamente pasa en el teatro del s. XVII, sino las que se escriben ahora, se sigue escribiendo para hombres tanto en cine, televisión o teatro. Por eso hemos decidido llevar a cabo esta iniciativa de sólo mujeres. Igual que en el teatro isabelino era representado por hombres, hemos pensado ¿por qué no representarlo por mujeres? Esta otra iniciativa ha tenido muy buena acogida por el público. Por otro lado al interpretar los personajes solamente mujeres se ponía de relieve lo que se cuenta en la obra. Los personajes de* **Calderón** *son como fuerzas de la naturaleza, movidos por un impulso humano muy primario. Nos dimos cuenta que al hacerlo actrices, no importa la actriz que está ahí, sino el personaje y qué es lo que le está pasando. Eso el público lo ha recibido muy bien y lo han sabido ver de una forma muy bonita.*

Además de esta idea de "solo mujeres", en el seno de la Compañía ha surgido otra iniciativa:El **25 de noviembre** de 2014 la presentan en Madrid en la **Sala Pequeña** del **Teatro Nuevo Alcalá** , con una novedad: el espectador no tendrá que comprar una localidad al uso, sino que basta que compre una revista porno, y en ella va de regalo la localidad. Es el mismo método que utilizan las variopintas revistas, que te regalan: gafas, bolsos, chancletas, videos, "croisants" para desayunar (ABC), e incluso un jamón, y todo lo que convenga. Aquí, es una **localidad** para la representación de un texto de nuestros clásicos. Tal iniciativa pretende una llamada de atención a un problema que es sangrante para el ciudadano y el colectivo teatral- cultural.

LAS NUEVAS PETROLERAS



IONE IRAZÁBAL
FOTO: www.madridteatro.net

Hubo una película con nueve mujeres lideradas por **Brigitte Bardot** y **Claudia Cardinale**: *Las Petroleras*
. En este caso son ocho:
Ione Irazabal
(
Cipriano
),
Carmen Valiente
(
Moscón
),
Esther Acevedo
(
Clarín
),
Marta Bertriu
(
El demonio

),
María Herrero
(
Lelio
),
Paloma de Pablo
(
Floro
),
Pepa Durá
(
Livia
),
Ivana Heredia
(
Justina
) y
Karina Garantivá
en la dirección. No son
petroleras
, sino
teatreras
. Les une el coraje. Ese coraje ha hecho que la iniciativa haya sido acogida y difundida por los medios de prensa. Lo que pudiera decir
Calderón
al verse metido en este fregado, según
Ione Irazábal

- *Estaría bastante contento de vernos aquí, porque el pobrecillo últimamente está muy olvidado.* **Calderón** *fue un revolucionario. Nosotros hacemos todo esto porque queremos hacer teatro y seguir viviendo de nuestro trabajo. Ante las dificultades,*
Karina
tuvo esta idea. Las reacciones fueron diferentes en cada una de nosotras, pero finalmente, ha sido todo muy rápido.
Calderón
es un legado cultural que nos pertenece a todos y es importante seguir manteniéndolo y conservándolo. Creo que
Calderón
está contento de que se representen sus obras.

El Mágico Prodigioso está versionado por **Ernesto Caballero** y dirigida por **Karina Garantivá**, creadora de la idea, es la portavoz del colectivo:

- *Bajo el lema Revistas Porno 4%, Calderón 21%, la* **Compañía Primas de riesgo** *quiere abrir un debate útil, un diálogo con la sociedad que consideramos es necesario.*

EL IVA LO PAGA EL CIUDADANO
ES ÉL QUIEN TIENE QUE SALIR A LA CALLE
PARA CONSERVAR SU PATRIMONIO



KARINA GARANTIVÁ
FOTO: www.madridteatro.net

Desde que se lanzó la convocatoria a los Medios ha surgido equívocos que **Karina** aclara:

- *El* **IVA** *de las entradas del teatro no lo pagamos los productores, pero, quizás, sea positiva esta campaña para que empecemos a hablar de la realidad de la cultura. Puede haber quien llegue a pensar que hacemos esta acción para ahorrarnos unos eurillos en detrimento de esta sociedad por la que trabajamos. Queremos dejar muy claro que el* **IVA** *cultural no lo pagamos nosotros, salvo contadas excepciones. Por ejemplo, un Ayuntamiento nos contrata y nos paga un año más tarde, ahí sí que pagamos el* **IVA** *, pero este tema no viene a cuento en este debate. Quien paga el*

IVA
es el ciudadano, y debe ser él, y sólo él, quien salga a la calle a manifestarse por el
IVA
o la cultura de su país, si considera que esa cultura le puede aportar algo. Si la considera como parte de su patrimonio.

Ante esta como indiferencia **Karina** cree que el ciudadano ha recibido mensajes equívocos que producen confusión.

- *Por eso esta campaña va a ser interesante, porque va a poner sobre la mesa muchísimos temas y cuestiones que ya han empezado a surgir. Va a ser una oportunidad de empezar este debate.*

NO SE TRATA DE UNA RIÑA
ENTRE ARTISTAS Y POLÍTICOS

Algo a destacar es la no politización del tema

- *No se trata de una riña entre artistas y políticos. Es un debate dirigido a la sociedad, porque ella es la única que elige y, finalmente, cambia las cosas. Tampoco estamos burlando al* **Ministro Montoro** *con esta medida. Es verdad que es un* **Ministro** *que se ha equivocado subiendo el* ***IVA*** *de la cultura al*
21%
y no escuchando, ni atendiendo a razones. Quizás este error es el más preocupante. La Fiscalidad del teatro muestra que el teatro no se considera una actividad pública; el que no tenga un régimen fiscal que permita un desarrollo, y no el desarrollo de una cultura subvencionada, sino de la iniciativa privada, porque nosotros somos una iniciativa privada no subvencionada, esa no es una responsabilidad de
Montoro
, es el pacto al que hemos llegado como sociedad por razones muchísimo más complejas que el nombramiento del
señor Montoro
.

ASÍ NO PODEMOS SEGUIR

Todas estas cuestiones son las que hay que repensar, según el colectivo:

- *Así no podemos seguir. Son tiempos de regeneración y la cultura no va a quedarse atrás en esa regeneración.*

La base de la Campaña *Revistas porno 4% Calderón 21%* es:

1.- Una campaña participativa

2.- Convertir la **Compañía Primas de riesgo** *en una distribuidora de revistas porno, mediante un pr*

3. Las actuales ventajas fiscales que ofrece este país para la distribución de revistas porno (4%

4.- El deseo de dedicarnos a una actividad que cuenta con el respaldo por parte del gobierno y que está **señor Montoro**

El modo de desarrollo de la campaña consiste en seguir

- *adaptarnos, seguir fielmente el mensaje que están lanzando nuestros gobernantes a los emprendedores culturales desde hace algún tiempo, porque creemos que sólo viendo el resultado, podremos aprender de la experiencia y queremos que la sociedad asista a ese proceso en primera fila y que extraiga sus propias conclusiones.*

PRIMERA FASE DE LA CAMPAÑA

PRIMER CAREO

Está por saber si esta original iniciativa prende en el público, para ello hay un primer careo. Los primeros 300 que formen este estudio de mercado son de los que se podrá extraer una información. Para ello hay que ponerse en contacto con **Primas de riesgo** a través de un correo electrónico habilitado en la página

Correo electrónico: **revistasprono4calderon21mail.com**
a través de la web: **www.primasderiesgo.com**

Teléfono: **91 435 92 77**

Quiosco de prensa autorizado;
c/ O'Donell esquina C/Narváez
El quiosco esta geolocalizado en la web mencionada

- *A esas 300 personas les pediremos que además del intercambio económico que pueda haber, que avalen esta campaña con su firma. Les entregaremos una muestra de las revistas porno que distribuiremos y queremos tener con ellos una relación de intercambio. En el interior de la revista se encontrarán una invitación*
para ver
El mágico prodigioso
de
Calderón de la Barca
a cargo de la
Compañía PrimaS de riesgo
, y encontraran unos versos de
Calderón
.

SEGUNDA FASE DE LA CAMPAÑA:
RECONVERSIÓN DE UN PROYECTO CULTURAL
EN UNA DISTRIBUIDORA DE REVISTAS PORNO

- *Mientras avanza este estudio de mercado, seguiremos convirtiendo legalmente nuestra empresa cultural en una distribuidora de revistas porno. Este proceso durarán unos* **40 días** *, durante los cuales se informará mediante un blog que figura en la portada de nuestra web* **www.primasderiesgo.com** *, todos los pasos que hemos dado para que cualquier Compañía o Empresa de teatro que quiera sumarse a esta iniciativa pueda hacerlo, bien a través del* **Manual de Instrucciones** *que desplegamos en el* **Blog** *o bien a través de nuestra propia iniciativa, que estará abierta*

ÚLTIMO PASO: PROCESO REVERSIBLE

- *Ya somos una* **Distribuidora de Revistas Porno***. Esta campaña es un proceso reversible. Las reglas del juego pueden cambiar antes de que todas las Compañías de Teatro se dediquen a la distribución de Revistas Porno. Si durante los 40 días del estudio de mercado cambiara las condiciones fiscales para la cultura nos pensaríamos en seguir adelante con esta Campaña. De no ser así, estamos dispuestas a convertir esta* **Empresa en la primera Distribuidora de Revistas Porno** *que regala entradas para el teatro, y estamos dispuestas a expandir nuestra iniciativa, no sólo en Madrid sino en todo el territorio nacional e internacional.*

- *Lo que se quiere poner de relieve es que este tipo de producto que tiene sus clientes, tenga el 4% de IVA y el mundo cultural tenga el 21%* - aclara **María Herrero**, actriz y coordinadora de la Campaña.



FOTO: www.madridteatro.net

REVISTAS PORNO DE LOS AÑOS 90

- *La primera tirada son revistas de los años 90. Pertenecen a la colección privada, restos de archivo, de una persona con la que hemos hecho el acuerdo y con la previa autorización de la Editorial que las editó en su momento. Si nuestra iniciativa tiene demanda, ya estamos de acuerdo con otras editoriales que se han puesto en contacto y que están interesadas en participar de la iniciativa. Las revisaremos par ver si nos parecen adecuadas. Son españolas*

El precio de la revista y la entrada es una casuística complicada. Se trata de un intercambio simbólico, pues la entrada rondaría entre los 35 €, para apoyar a esta Campaña.

A las primeras 300 personas que conecten se les pide un pequeño compromiso: Formar con su DNI o simplemente con su nombre y suscribir una nota:

Realizo una donación de **16 €** *a las* ***Revistas Porno 4%, Cald***

- *La Campaña es simplemente una promoción que lo que hace es poner de manifiesto la realidad que está ahogando todo el mundo cultural de nuestro país. son dos cosas distintas*
- abunda

Esther

.

-













www.primasderiesgo.com