Industry-building: Emergența filmului de consum în cinematografia românească contemporană

Șerban Mark POP
Babeș Bolyai University of Cluj-Napoca
Corresponding author emails:serban.mark.pop@stud.ubbcluj.ro

The Emergence of Mainstream Movies in Contemporary Romanian Cinema

Abstract: The paper examines the current state of Romanian cinema, focusing on the rise of Vidra Productions, a company producing commercially successful movies following the Hollywood comedy formula. The analysis explores the economic context, funding mechanisms, and the artistic merits of Vidra Productions movies, particularly through the lens of their most successful film, Teambuilding. By applying theories from Pierre Bourdieu, Jeffery Sconce, David Bordwell, and Kristin Thompson, the paper seeks to understand the broader cultural and social implications of this new trend of Romanian cinema, which blends Hollywood formulas with online influencer culture. The study ultimately calls for a more inclusive dialogue within the Romanian film industry.

Keywords: Romanian cinema, Teambuilding, cinema canon, Vidra Productions, Matei Dima, Romanian comedies, comercial cinema, influencer movies

Citation suggestion: Pop, Șerban Mark. "Industry-building: Emergența filmului de consum în cinematografia românească contemporană." *Transilvania*, no. 06-07 (2024): 142-152. https://doi.org/10.51391/trva.2024.06-07.15

Într-o conferință oficială de presă pentru TIFF, cel mai mare festival de film al țării, Mihai Chirilov, directorul artistic al festivalului, declara că cinematografia românească nu se află „la un nivel grozav"[1]. Lamentările cinemaului românesc nu se încheie însă cu Mihai Chirilov. Anul acesta, în cadrul aceluiași festival menționat mai sus, criticul Valerian Sava închide lansarea volumului al patrulea din seria *Post/neoistoria filmului românesc* prin a spune că cinemaul românesc a sărit o generație, așteptând-o pe următoarea. După spusele sale, nu se poate distinge niciun curent în cinematografia românească post-NCR (Noul Cinema Românesc). Scepticismul celor doi se datorează cel mai probabil dispariției succesului festivalier de acum câțiva ani. Regizorii Noului Val dispar treptat din selecția Cannes-ului, iar debutanți precum Mihai Mincan (*Spre Nord*, 2022) sau Sebastian Mihăilescu (*Mammalia*, 2023) sunt primiți cu răceală atât pe plan național, cât și pe plan internațional. Singura prezență constantă în festivalurile internaționale rămâne, așadar, Radu Jude. Din acest punct de vedere, Chirilov și Sava au dreptate – cinematografia românească a pierdut avântul festivalier al anilor 2000.

Totuși, declarațiile celor doi sunt reducționiste. Așa cum punctează Radu Toderici într-un articol-răspuns pentru Steaua[2], a spune că cinematografia românească nu este într-un punct bun este oarecum paradoxal. Ultimii ani sunt marcați de filme românești profitabile, oricât de neașteptat ar fi pentru cinematografia românească. Astfel, perspectivele lui Chirilov și Sava evidențiază suprapunerea (aproape) totală dintre cinematografia românească și termenul de cinema de artă. Oricât de mult interes și profit ar genera filmele de consum ale ultimilor ani, absența unui succes festivalier pare să atribuie o

1. Anca Vancu, „«Filmul românesc nu e la un nivel grozav» | Noutățile și filmele festivalului TIFF.22", *Films in Frame*, 10 mai 2023. https://www.filmsinframe.com/ro/uncategorized/filmul-romanesc-nu-e-la-un-nivel-grozav-noutatile-si-filmele-festivalului-tiff-22. Toate linkurile au fost accesate și verificate pe data de 20 august 2024.
2. Radu Toderici, „Cu ochii în toate părțile", *Steaua*, nr. 7 (2023). http://revisteaua.ro/cu-ochii-in-toate-partile/.

sentință nefavorabilă pentru întreaga industrie. Deși NCR-ul nu mai are dominanța hegemonică de altă dată, standardele stabilite de acesta rămân. Standarde care sunt, de altfel, arbitrare, întrucât succesul festivalier și succesul financiar nu sunt și nu trebuie să fie comparate. Deși uniformitatea stilistică a acestor filme vine mai degrabă pe considerent economic decât artistic, acest fapt nu ar trebui să constituie inaccesibilitatea termenului de curent.

Oricare ar fi meritul artistic al acestui nou curent cinematografic, impactul acestora nu ar trebui ignorat de dragul niciunui canon. Așadar, în decursul acestei lucrări, voi căuta o structură analitică pentru impactul acestui nou curent din industria cinematografică românească, luând drept subiect principal casa de producție Vidra Productions. Voi parcurge o contextualizare istorică, urmată de o abordare a finanțării și a meritelor etice și estetice asociate cu aceasta, încheind cu o recontextualizare utilizând teoriile lui Pierre Bourdieu și Jeffery Sconce, suprapusă abordării simptomatice propuse de David Bordwell și Kristin Thompson.

Bun gust și prost gust

Cea dintâi mediatizare a companiei care va deveni ulterior Vidra Productions a avut loc în toamna anului 2019[3], în urma publicării unor documente oficiale de către Comisia Națională de Strategie și Prognoză. Potrivit acestor documente, filmul 5GANG urma să primească o subvenționare în valoare de 490.547,71 de lei[4] – o aprobare completă a sumei solicitate de către producătorii filmului, Brobiz Cudetoate SRL. Acest prim contact al celebrităților din mediul digital cu cinema-ul – și, prin extensie, cu finanțarea guvernamentală – este marcat de controversă. O minoritate vocală, agitată de către publicații de un grad variat de credibilitate, blamează statul pentru finanțarea „vloggerilor", folosind acest termen cu sens peiorativ, și argumentează în favoarea susținerii artei reale și de bun gust. Valoarea artistică rămâne nedefinită, având drept singură caracteristică specifică respingerea tinerilor din 5GANG, în ciuda faptului că filmul lor încă nu fusese lansat (sau măcar anunțat).

În absența oricărui produs artistic ce poate fi eliminat, această controversă ilustrează simultana osificare și amorfizare a „bunului gust", atât din partea comunității cinematografice, dar mai ales din partea omului neimplicat în lumea cinemaului. Receptarea negativă din mediul online ce a precedat filmul nu a venit exclusiv (nici măcar majoritar) din partea oamenilor din domeniu, ci din partea unei mase conservatoare din afara industriei, îndoctrinată în privința standardelor acesteia. Pentru această grupare amorfă, vârsta tânără și proveniența din mediul online exclud posibilitatea unui produs cultural relevant din partea 5GANG – o ilustrare perfectă a portretului burghez construit de Pierre Bourdieu în *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*[5]. Pornind de la ideea că bunul gust derivă din definirea prostului gust, Bourdieu afirmă că bunul gust este un construct social al culturii dominante, mai precis al clasei dominante, alienând drept vulgar sau inferior orice nu se încadrează în ethosul dominant. *5GANG*, aparținând de o cultură tânără, digitală și în neconcordanță cu standardele și preconcepțiile despre artă, nu se încadrează în ethosul stabilit. Dacă bunul gust constituie dorințele publicului, atunci însăși Noul Val își pierde statutul de pilon, fiind rahitic în ce privește *box office*-ul. Elaborând asupra teoriilor lui Bourdieu, Jeffery Sconce se opune profund formatorilor de opinie în textul său *'Trashing' the academy: taste, excess, and an emerging politics of cinematic style*[6]. Prin aceștia, spune Sconce, se produce o fragmentare a cinematografiei, adesea în favoarea obținerii de capital cultural, dar în defavoarea discursului. Stabilirea jargonului și a canonului nu face decât să excludă creatorii marginali.

Odată ce abandonăm lentila hegemonică a canonului, natura clasistă și anti-artistică a polemicii devine evidentă. Delimitarea dintre o artă adecvată și cea neadecvată, relegată la statutul de paracinema, reafirmă ierarhiile sociale și artistice existente în favoarea elitei. Capitalul cultural este redistribuit mereu artiștilor percepuți drept acceptabili, al căror stil devine normativ. Ironic, această afirmație aduce aminte de emblematica dispută televizată dintre Sergiu Nicolaescu și tinerii regizori

3. Iulia Bunea, „După seriale, și vloggerii vor să facă producții cu bani de la Guvern. 5Gang – The Movie primește ajutor de stat. Ce buget", *Paginademedia.ro*, 03.10.2019, https://www.paginademedia.ro/2019/10/5-gang-the-movie-bani-de-la-guvern.

4. *Proiecte depuse în baza schemei de ajutor de stat privind sprijinirea industriei cinematografice* (sesiunea 2019) la data de 7 noiembrie 2019. https://cnp.ro/wp-content/uploads/2021/08/Proiecte_Cinema_2019_RO.pdf.

5. Pierre Bourdieu, *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*, traducere de Richard Nice (Cambridge MA: Harvard University Press, 1984)

6. Jeffery Sconce, „«Trashing» the academy: taste, excess, and an emerging politics of cinematic style", *Screen* 36, nr. 4 (1995).

ai Noului Val[7], în care Nicolaescu concura pentru finanțare din partea CNC-ului, el fiind membru în consiliul consultativ al CNC-ului. Deși filmele Vidra Productions se aseamănă mai degrabă filmelor lui Nicolaescu decât filmelor Noului Val, ele sunt o direcție alternativă validă pentru cinemaul românesc, respinsă cu aceeași nonșalanță cu care Nicolaescu îi respingea pe Puiu și Mungiu.

În sălile de cinema, publicul – în special publicul tânăr – nu respinge filmul vloggerilor, redenumit *5GANG: Un Altfel de Crăciun* (r. Matei Dima, 2019), iar acesta devine cel mai vizionat film românesc al anului 2019, detronând *Oh, Ramona!* (r. Cristina Jacob. 2019) și prestând mai bine la casa de bilete decât *Războiul Stelelor: Ascensiunea lui Skywalker*[8]. Mai mult, filmul stabilește un nou record, generând venituri de peste 2 milioane de lei în doar trei zile de la lansare[9]. Indiferent dacă finanțarea promisă filmului 5GANG a fost virată integral sau măcar parțial producătorilor, întrucât Andrei Șelaru, a declarat ulterior că acești bani nu au ajuns niciodată la echipa filmului[10], *5GANG: Un Altfel de Crăciun* a adus un profit considerabil și a constituit un succes colosal.

Follow the Money

Subiectul finanțării rămâne unul relevant atât pentru *5GANG: Un Altfel de Crăciun*, cât și pentru întregul catalog Brobiz Cudetoate/Vidra Productions. Spre deosebire de majoritatea producțiilor românești, care sunt susținute de Centrul Național al Cinematografiei (CNC) prin sesiuni anuale de finanțare, *5GANG: Un Altfel de Crăciun*, cât și alte producții Vidra, incluzând *Teambuilding* (r. Matei Dima, Cosmin Nedelcu și Alex Coteț, 2022), sunt susținute de stat prin „Schema de ajutor de stat privind sprijinirea industriei cinematografice", schemă original sub egida Comisiei Naționale de Strategie și Prognoză. Deși CNC-ul și această schemă funcționează în paralel începând din 2019, scopul pare să fie unul și același.

Odată cu ordinul nr. 340 din 30 decembrie, 2019, activitatea schemei este suspendată în urma unui raport de audit public intern. În anul 2023, Ministerul Culturii și Oficiul de Film și Investiții Culturale (OFIC) preia schema repusă în funcțiune. Scopul acestei scheme, potrivit hotărârii nr. 421 din 13 iunie 2018, este „sprijinirea culturii de film și producție de film în România". Aceeași hotărâre enumeră drept obiective principale „dezvoltarea cooperării cinematografice europene și internaționale" și „susținerea producătorilor de film, în vederea creșterii producției autohtone de film". Pe larg, această schemă este o încurajare a producțiilor locale, acționând în paralel cu Centrul Național al Cinematografiei. Având în vedere că, potrivit hotărârii nr. 1064 din 8 septembrie 2005, obiectivele CNC-ului sunt „dezvoltarea industriei filmului în România" și „dezvoltarea cooperării cinematografice europene și internaționale", existența paralelă a CNC-ului și a OFIC-ului este greu de înțeles, dincolo de delimitarea dintre finanțare imediată și subvenționare ulterioară.

Diferența principală între cele două pare a fi criteriile de selecție. Pe când CNC-ul selecționează exclusiv producții românești, schema CNSP-ului permite, prin rambursări de tip „*cash rebate*", susținerea oricăror producții internaționale venite în România (ex. serialul *Killing Eve*, episodul 305), iar criteriile calitative sunt absente. În schimbul lor, schema punctează proiectele pe baza procentajului implicării acestora în industria românească[11]. Această schemă nu exclude însă producții cu finanțare CNC (ex. *Libertate*, 2023)[12], acționând în anumite cazuri drept o a doua sursă de finanțare, limitată doar de intensitatea maximă a ajutorului de stat.

În cazul Brobiz Cudetoate/Vidra Productions, schema ar fi funcționat drept unică sursă de finanțare din partea statului, evitând astfel criteriile riguroase ale CNC-ului. În realitate, deși Brobiz Cudeoate

7. *Marius Tucă Show*, 05.05.2003, https://www.youtube.com/watch?v=Oe8V_7wf33k. Accesat pe 12 iulie 2024.
8. Alexandra Costanda, „«5Gang: un altfel de Crăciun», filmul românesc cu cei mai mulți spectatori din ultimii 24 de ani", *Adevărul*, 15 ianuarie 2020. https://adevarul.ro/showbiz/film/5gang-un-altfel-de-craciun-filmul-romanesc-cu-1995145.html.
9. Redacția KISS FM, „«5GANG: Un altfel de Crăciun», cel mai bine vândut film românesc din ultimii 30 de ani", *KISS FM*, 30 decembrie 2019. https://www.kissfm.ro/articol/15895/5gang-un-altfel-de-craciun-cel-mai-bine-vandut-film-romanesc-din-ultimii-30-de-ani.
10. Diana Stamen, „Selly susține că nu și-a primit banii de la stat pentru filmul «5 GANG»: «Este un prejudiciu de aproximativ 100.000 de euro și a fost o rușine pentru România»", *Libertatea*, 16 martie 2023, https://www.libertatea.ro/entertainment/selly-sustine-ca-nu-si-a-primit-banii-de-la-stat-pentru-filmul-5-gang-4482147.
11. *Test de eligibilitate al Ordinului 166.* https://cnp.ro/wp-content/uploads/2021/08/Test_eligibilitate_Ordin_166.doc. Accesat pe 12 iulie 2024.
12. Pe lângă *Libertate* (r. Tudor Giurgiu, 2023), alte filme finanțate de CNC care figurează în documentele schemei includ *Metronom* (r. Alexandru Belc, 2022) și *Nasty* (r. Tudor Giurgiu, Cristian Pascariu, Tudor D. Popescu, 2024).

și Vidra Productions figurează pe listele schemei cu proiectele *5GANG: Un Altfel de Crăciun* și *Teambuilding*, niciunul dintre două filme nu au obținut finanțarea promisă, potrivit ultimului document oficial oferit de OFIC, datat 6 iunie 2024, detaliind toate proiectele din perioada 2018-2020. Ba mai mult, în anul 2024, Vidra Productions dă în judecată OFIC-ul, alături de Ministerul Culturii și Ministerul Economiei, Antreprenorialului și Turismului pentru fondurile neacordate, în ciuda faptului că filmul a făcut un profit de peste 3,5 milioane de lei[13].

Cât despre restul filmelor din catalogul Vidra Productions, ele nu mai sunt finanțate în niciun fel de către stat. *5GANG: Un Altfel de Crăciun* și *Teambuilding* sunt singurele filme pe ale căror generice figurează sprijinul din partea statului. La cel din urmă, acest sprijin figurează oarecum ironic, la finalul genericului, plasat în ghilimele și urmat de „probabil" – cel mai probabil pentru a semnala situația incertă a CNSP-ului. Totuși, absența finanțării guvernamentale nu a oprit ascensiunea casei de producție, ci doar i-a îndrumat către o nouă arie de finanțare: reclamele.

Șirul lung de reclame debutează pe marile ecrane odată cu *Miami Bici* (r. Jesús del Cerro, 2020), unde cazinoul SuperBet este menționat mai mult sau mai puțin subtil, iar bunica protagonistului îi pune la pachet pălincă marca Dom' Profesor. Subtilitatea dispare odată cu *Teambuilding*, care este infestat cu sponsorizări flagrante la fiecare pas, unele mai absurde decât altele. Gestul care unește echipa înainte de teambuilding este oferta șervețelelor umede Hygenium. Mai târziu, cinci sticle de chefir de la Napolact se regăsesc lângă paharele cu apă cu lămâie la o cabană din munții Bucegi, orientate cu logo-ul înspre cameră. Totul atinge un apogeu al penibilului când, în mijlocul unei beții, corporatiștii comandă praz de pe Tazz și vorbesc la telefon cu o operatoare de la Vlad Cazino. Scenele sunt de o falsitate flagrantă, întrerupând acțiunea fără niciun alt scop – pauze publicitare integrate direct în material, asemenea *vlog*-urilor de pe YouTube. Produsele nu sunt integrate pe baza scenariului, ci scenariul este gândit pe baza produselor care trebuie promovate, reprezentând cea mai transparentă formă de ideologie capitalistă târzie din cinematografia românească de până acum. Profitul domină orice alt interes.

Capitalismul târziu, acest abandon al oricăror valori în favoarea dezvoltării profitului, pătrunzând produsul artistic, nu este integrat fără a produce o incoerență textuală. Atitudinea centrală din *Teambuilding* este, în parte, o deznădejde profundă față de munca în corporație. *Management*-ul este incompetent, iar angajații dezumanizați. Pe de altă parte, filmul nu ezită să integreze cât mai multe produse, promovând inclusiv concertele lui Horea Brenciu la Sala Palatului. Progresiv, devine evident că personajele din *Teambuilding* (și din toate producțiile Vidra) nu detestă sistemul opresiv care îi păstrează sub o permanentă apăsare sistemică, ci detestă faptul că nu sunt ei înșiși opresorii. În final, când Emil (Matei Dima) devine proprietar, iar fosta sa echipă preia conducerea unei alte firme, capitalismul devine brusc idilic. Vina nu este a sistemului, ci a poziționării individului în el. Soluția nu este abolirea unui sistem opresiv, un fapt de neconceput[14] pentru personajele profund integrate în structura acestuia, ci răsturnarea acestuia sau evadarea permanentă – ilustrată comic de către rugăciunile lui Cosmin Nedelcu din liftul corporației, rugându-se ca acesta să cadă cu tot cu el. În rest, criticile aduse sunt de suprafață, aseptice. Puținele momente cu adevărat incisive pălesc în fața reclamelor și a nenumăratelor etalări ale neo-liberalismul.

În esență, *Teambuilding* și întreaga suită de filme de după folosesc sistemul studio hollywoodian (sistem pe care îl voi explora mai în detaliu în părțile următoare). Producțiile sunt rapide și ieftine, iar tranziția de la cinema la rețelele de *streaming* este făcută într-o viteză la fel de mare. *Tati part-time*, ajuns în cinema în luna ianuarie, se afla pe Netflix, 4 luni mai târziu, alături de întreg catalogul Vidra Productions. Mai mult, promovarea acestor filme constituie însăși rutina de zi cu zi a actorilor din ele, întrucât aceștia nu sistează producția de *vlog*-uri nici în timpul filmărilor, nici în timpul turului promoțional. Astfel, fiecare *vlog* de pe rețelele de socializare, pe lângă a aduce bani prin reclamele integrate, servește drept o reclamă pentru cinema. Din moment ce sponsorii filmelor sunt adesea aceiași sponsori ai *vlog*-urilor, aceștia susțin și chiar încurajează eforturile de a aduce oamenii în cinema,

13. Redacția Justnews „De ce se judecă cu autoritățile, pentru un milion de lei, casa de producție care a realizat pelicula «Teambuilding»", *JustNews*, 14 februarie 2024. https://justnews.ro/de-ce-se-judeca-cu-autoritatile-pentru-1-milion-de-lei-firma-care-a-produs-filmul-teambuilding.

14. *Teambuilding* pare a fi un caz definitiv de integrare în realismul capitalist, așa cum îl definește Mark Fisher în *Realism capitalist. Nu există nicio alternativă?*, traducere de Paul-Teodor Cristescu (Cluj-Napoca: Editura Tact, 2022).

o fructificare a clasicei metode *tentpole*[15].

Trebuie reiterat că această abordare economică nu există într-un vid, ci într-un context economic precar, condiționat adesea de finanțarea din partea statului. Producții precum ardelenescul *Mirciulică* (r. Cristian Ilisuan, 2023), urmărind aceeași formulă hollywoodiană ca a celor de la Vidra, se mândrește cu lipsa oricărei susțineri financiare, fie ea din mediul public sau privat, declarând pe generic drept unic ajutor „Dumnezeu". O astfel de abordare, deși garantat mai puțin profitabilă, stârnește o oarecare speranță că aceste filme, fie ele un produs al capitalismului târziu, pot fi produse cu o oarecare integritate.

Nu în ultimul rând, nu poate fi omisă recenta controversă în jurul filmului *Buzz House: The Movie* (regia Florin Babei, 2024). Cea mai nouă producție Vidra, *Buzz House: The Movie* a întâmpinat probleme încă de la filmări, urmate apoi de către certuri publice și acuzații cu posibile consecințe penale. Apoi, după ce devenise evident că drama acaparase în totalitate discuțiile despre film, controversa a fost mușamalizată, iar publicul continuă să se întrebe dacă această dramă a fost o campanie publicitară (eșuată) sau o serie de întâmplări nefericite, dar ascunse de dragul profitului[16]. Singurul lucru cert este că acuzațiile, fie ele false sau reale, au dispărut, iar fanii *vlogger*-ilor au fost ghidați înapoi spre sălile de cinema, unde pot privi reclamele abil ascunse de-a lungul unui *slasher* românesc.

Mașinăria de recorduri

În ciuda finanțării problematice, Vidra Productions are parte de o serie lungă de succese cinematografice. La numai un an după *5GANG: Un Altfel de Crăciun*, Matei Dima, alias BRomania, care a regizat și produs *5GANG* prin Viva la Vidra, devenită ulterior Vidra Productions, co-produce și joacă în *Miami Bici*, care stabilește un nou record pentru debut[17] cu mai puțin de o lună înainte de începutul pandemiei de SARS-COV-19. Un an mai târziu, în mijlocul unei pandemii, filmul *Tabăra* (r. Vali Dobrogeanu, 2021), tot o co-producție Vidra Productions, doboară recordul stabilit de *5GANG: Un Altfel de Crăciun*[18]. Performanța co-producțiilor continuă cu *Teambuilding*, care stabilește recordul pentru cel mai profitabil film românesc al tuturor timpurilor[19] și fiind primul film românesc care adună aproape 1 milion de spectatori din anul 1993 încoace20. Anul 2023 marchează o continuare a succeselor cu un *sequel* la *Miami Bici, Miami Bici 2* (r. Jesús del Cerro), *Haita de Acțiune* (r. Vali Dobrogeanu) și *Romina, VTM* (r. Paul-Răzvan Macovei). Toate cele trei filme au avut un succes masiv la *box office*, cel din urmă amplasându-se chiar în topuri mondiale de încasări[21], cimentând dominanța Vidra Productions asupra pieței. La fiecare pas, filmele au fost întâmpinate de postări inflamate și declarații acide din partea membrilor industriei, fie ei actori22 sau universitari23.

Acest succes vine, cum am menționat mai sus, pe baza unei noi abordări pentru filmul românesc. După ani dominați de realismul Noului Val, producțiile Vidra adoptă o cu totul altă estetică. Deși o

15. Angus Finney, *The International Film Business: A Market Guide Beyond Hollywood* (Londra: Routledge Press, 2014)

16. Dragoș D. Costache și Oana Filip, „«Buzz House» sau Mazilirea de la moara de content", *Scena9,* 30 aprilie 2024. https://www.scena9.ro/article/buzz-house-the-movie-cronica-selly-adrian-elicopter-de-lupta.

17. Alexandra Costanda, „«Miami Bici», cel mai de succes debut din ultimii 26 de ani al unui film românesc: câți spectatori au fost să-l vadă la cinema", *Adevărul*, 24 februarie 2020. https://adevarul.ro/showbiz/film/miami-bici-cel-mai-de-succes-debut-din-ultimii-2003546.html.

18. Redacția KISS FM, „Filmul «Tabăra», ultimul proiect 5GANG, a înregistrat cele mai mari încasări la box office-ul din România", *KISS FM,* 04 ianuarie 2022. https://www.kissfm.ro/articol/21681/filmul-tabara-ultimul-proiect-5gang-a-inregistrat-cele-mai-mari-incasari-la-box-office-ul-din-romania.

19. Alexandra Marin, „«Teambuilding», cel mai profitabil film românesc din istorie. Producția a obținut încasări de peste 19 milioane de lei", *Observator,* 09 noiembrie 2022. https://observatornews.ro/entertainment/teambuilding-cel-mai-profitabil-film-romanesc-din-istorie-productia-a-obtinut-incasari-de-peste-19-milioane-de-lei-496847.html.

20. Emanuel Lăzărescu, „«Teambuilding» depășește 1 milion de spectatori plătitori în cinematografe", *Cinefan*, 16 ianuarie 2023. https://cinefan.ro/stiri/9283-teambuilding-depaseste-1-milion-de-spectatori-platitori-in-cinematografe.

21. Redacția Euronews, „«Romina, VTM» este pe locul 12 într-un top al celor mai mari încasări la nivel mondial. Ce spune un critic despre filmele românești", *Euronews*, 27 ianuarie 2023. https://www.euronews.ro/articole/filmul-romanesc-romina-vtm-este-pe-locul-12-intr-un-top-al-celor-mai-mari-incasar.

22. Cristina Țapu, „Dragoș Bucur, Cuvinte dure despre pelicula «Miami Bici 2». Producția umple sălile de cinema, dar actorul e dezamăgit: «N-aș putea să-l încadrez în categoria film!»", *TVMania*, 07 decembrie 2023. https://www.tvmania.ro/dragos-bucur-are-o-parere-radicala-despre-filmul-miami-bici-2-453810.

23. Doru Pop, „OPINIE. Doru Pop: Divertismentul de Coteț și comedia de tembeling", *Cluj24*, 09 ianuarie 2023. https://cluj24.ro/opinie-doru-pop-divertismentul-de-cotet-si-comedia-de-tembeling-155525.html.

analiză estetică a filmelor de consum românești poate porni de la oricare producție Vidra și ar putea continua *ad nauseam*, consider facilă concentrarea acesteia asupra celui mai profitabil (și mediatizat) film din colecția Vidra Productions, anume *Teambuilding*, cel mai vizionat film sub egida lui Matei Dima, emblematic de altfel pentru rețetarul după care acesta își construiește poveștile.

Regizat de către triada Dima-Nedelcu-Coteț, primii doi figurând și drept co-producători, iar Coteț drept scenarist, *Teambuilding* surprinde experiențele absurde ale vieții corporatiste prin prisma lui Emil (Matei Dima), un manager de nivel mijlociu cu viața în paragină care este mutat la *call center*-ul firmei, unde este întâmpinat de angajații nemotivați și (sub)mediocri, printre care nefericitul Horia Brenciu (Cosmin Nedelcu), bântuit în permanență de numele său. Alături de aceștia, Emil pornește înspre o cabană din Bucegi, unde are loc *teambuilding*-ul anual, pentru a câștiga „Cupa Veseliei" și a-și salva locurile de muncă. Aflați în teambuilding, protagoniștii de la București sunt întâmpinați de departamentele de la Cluj, Craiova și Iași, împotriva cărora trebuie să lupte într-o serie de probe ce amintesc de *American Pie Presents: Beta House* (r. Andrew Waller, 2007). Pe parcurs, Emil întâlnește iubirea vieții sale, iar finalul filmului este, integral rețetei adoptate, unul fericit. Similaritățile dintre *Teambuilding* și *Beta House* nu se limitează însă la lupta între diversele facțiuni și probe, ci includ întregul imaginar audiovizual și narativ.

Asemenea producției americane din 2007, *Teambuilding* centrează conflictul dintre echipe în jurul subculturilor, adoptând formula diferențelor regionale, pe când *Beta House* făcea distincția dintre tinerii convenționali și așa-numiții *geeks*[24], neadaptați social însă dominanți în diversele jocuri. Persistentă este incompetența înduioșătoare – și profund transparentă – a protagoniștilor, numită potrivit de criticul Andrei Gorzo „mediocritate inimoasă"25. Aceștia formează un colectiv al individualității, uniți mai întâi prin incompetență și mai apoi prin dorința și chiar necesitatea de a câștiga, alternativa fiind pierderea locului de muncă.

Această tipologie a eroului de factură americană, anume *underdog*-ul cu justificare morală, domină întregul catalog Vidra Productions, însă niciodată cu mai mare efect ca în *Teambuilding*, întrucât Emil este ușor de apreciat, chiar dacă jocul lui Dima este adesea mult prea teatral și lipsit de naturalețe. Prin comparație, *5GANG: Un Altfel de Crăciun*, *Miami Bici* și *Haita de Acțiune* (regia Ligia Rosculeț) nu reușesc să stârnească destulă empatie pentru protagoniștii lor. Selly (Andrei Șelaru), în special, este dificil de acceptat drept un erou inadecvat, parțial datorită prezenței sale pe internet, dar și datorită alegerii paradoxale de a-și etala bogăția încă din primele momente ale filmului. Oricât de mult s-ar reitera dispariția rapidă a acesteia – bilanțul conturilor lui Selly a ajuns pe zero – absurdul situației este evident: în calitate de celebritate cu milioane de urmăritori și îmbrăcat în haine de mii de euro, Selly nu poate ajunge niciodată în sărăcie, având o plasă de siguranță mult prea puternică.

Prezenți, de asemenea, sunt și inamicii tipologici filmelor hollywoodiene, *Teambuilding* utilizând ambele stereotipuri (re)folosite în filmele produse de către Dima. Pe de-o parte, șeful cordial, dar intimidant, în permanență urmărit de către secundul comedic. În *Teambuilding*, acesta este Oprea (Șerban Pavlu), CEO-ul companiei, alături de Nicoleta (Sorina Ștefănescu), responsabila de resurse umane. Împreună, cei doi punctează abil balansul dintre comedic și periculos. Oprea o mustrează verbal pe Nicoleta atunci când aceasta nu-și îndeplinește misiunile, iar Nicoleta pune la cale planuri pentru a obține validarea șefului. Aceeași rețetă se regăsește, de asemenea, și în *5GANG: Un Altfel de Crăciun*, de data asta cu Cosmin Nedelcu și Costin Maxinese în rolurile șefului și, respectiv, al subalternului, având însă rezultate mixte – Nedelcu dispune de o naturalețe comică ce compensează stridența lui Maxinese. Cea de-a doua forță antagonistă, regăsită exclusiv în *Teambuilding*, este masa omogenă, așa-zisul personaj colectiv, anume delegațiile de la Cluj și Craiova, ale căror identități unitare, definite de către una, maxim două caracteristici sunt mai importante decât cea individuală. În cazul celor de la Cluj, o atitudine elevată, perfect încadrată în tipologia de „hipster", care pare să fi preluat locul *geekness*-ului drept subcultura parodiată în majoritatea comediilor contemporane și în ton cu percepția generală asupra orașului. În ce privește delegația de la Craiova, alcoolismul lor servește drept poantă în întregul film.

Statutul de femeie devine și el o tipologie în sine, mai ales în *Teambuilding*, unde delegația de la Iași este

24. Un termen umbrelă în cinema-ul american, definit însă adesea de către interese non-conformiste, descris mai larg în volumul Steven S. Vrooman, Tiffiny Sia, Michael Czuchry și Christopher Bollinger, ed., *Age of the Geek* (Londra: Palmgrave Macmillan, 2018).

25. Andrei Gorzo, „Concurs de popularitate: «Teambuilding» și «Mirciulică»", *Lucruri care nu pot fi spuse altfel*, 29 octombrie 2022. https://andreigorzoblog.wordpress.com/2022/10/29/concurs-de-popularitate-teambuilding-si-mirciulica/.

compusă în totalitate din fotomodele care nu ezită niciodată să-și etaleze trupurile, iar camera lâncezește asupra acestora în montaje *slow-motion*. În afara Nicoletei, a cărei identitate este aceea de manipulatoare, și a celor două membre din echipa lui Emil, identitatea feminină este redusă la sexualitate, inclusiv în ce privește căutările amoroase ale lui Emil. Maria (Victoria Bobu) nu îl captivează printr-o chimie reală, ci o singură discuție și prin disponibilitatea ei sexuală. La rândul ei, Maria pare a fi atrasă de Emil pentru niciun motiv dincolo de statutul său de protagonist. Nu întâmplător, femeile din *Teambuilding* nu împărtășesc nicio discuție în absența unui bărbat, iar și atunci când acestea fac schimb de replici, este doar pentru a discuta colegii lor de gen masculin – testul Bechdel este picat cu brio.

Femeia este, așadar, redusă fie la statutul de obiect sexual, fie utilizată pentru a contribui la influențarea și caracterizarea personajelor masculine din jur[26]. Nicoleta este o extensie a domnului Oprea, Maria o extensie a lui Emil, iar Lorena (Anca Dinicu), colega capabilă, dar desconsiderată, este doar un pretext pentru un discurs politic în ce privește existența femeii în spațiul corporatist – discurs subminat complet de lipsa oricărei schimbări de comportament din partea colegilor masculini de-a lungul filmului. Deși Lorena își afișează în repetate rânduri aptitudinile, ea este invariabil ignorată și batjocorită de către colegii ei de sex masculin. Aceștia nu sunt niciodată sancționați, iar când, în finalul filmului, Lorena revine drept șefa propriei companii, procesul prin care aceasta a dobândit respectul colegilor ei este redus la actul de redobândire a feminității prin sexualitate. Ea nu a devenit mai respectată, ci nu mai e privită drept una „dintre băieți". Oarecum surprinzător, Dorina (Anca Munteanu), colega conspiraționistă a delegației din București, este cel mai bine conturat personaj feminin, având o identitate dincolo de relația ei cu personajele masculine.

Dincolo de construcția narativă, influența americană persistă și în limbajul audiovizual, construind o remarcabilă imitație a stilului convențional hollywoodian. Majoritatea planurilor sunt primplanuri sau planuri-detaliu, eliminând orice risc ca spectatorul să piardă șirul evenimentelor sau, chiar mai problematic, să piardă reclama integrată. Ocazional, apar planuri medii, integrând nu prea subtil multiplele logo-uri în narațiune. Mișcarea camerei, de asemenea, se limitează la ocazionalele *pan*-uri pentru efect comic, dar este, de altfel, limitată. În ce privește montajul, acesta favorizează continuitatea spațio-temporală, marcată de constantul *shot-reverse-shot*. În momente erotice sau comice, precum emergența femeilor din Moldova sau *trust fall*-ul dramatic de la finalul unui număr muzical, se folosește *slow-mo*-ul popularizat la sfârșitul anilor 1990 și începutul anilor 2000. Aceste elemente formale au și o însemnătate economică, la fel ca în era studiourilor americane. Planurile-detaliu și primplanurile sunt ușor de filmat și se montează ușor, permițându-le producții de o viteză nemaipomenită. *5GANG: Un Altfel de Crăciun*, drept exemplu, a trecut atât prin producție, cât și prin post-producție în doar trei luni, în timp ce vedetele filmului erau în mijlocul unui tur național[27]. Ce se pierde în aceste producții-cursă este, lamentabil, eclerajul, care reamintește mai mult de videoclipurile amatoricești și plate de pe YouTube decât de filmele americane pline de nuanță. Chiar și atunci când lumina este prielnică și adaugă dimensiune, așa cum o face în secvența de *paintball* din *Teambuilding*, stabilirea spațiului este haotică, sărind axa în repetate rânduri în căutarea primplanurilor, o supracorectare înspre modelul american, care, de altfel, le abandonează în momentul acțiunii. *Haita de Acțiune* suferă chiar mai mult din cauza lipsei de experiență cinematografică, scenele de acțiune fiind fie monotone și ruinate de *one-liners* generice, fie cauzatoare de vertij.

Întreaga carcasă a producțiilor Vidra se construiește, așadar, din amintirea filmelor americane, de care Dima s-a declarat inspirat[28]. Totuși, devine aparentă natura prefabricată a acestor producții. Dacă Dima, Coteț și Nedelcu pot regiza *Teambuilding*, vorbind cu aceeași voce regizorală, este deoarece cuvintele sunt deja scrise, trebuie doar recitate în unison. Dincolo de orice neajunsuri etice sau „băiețeală", cum o numește în cronica sa Andrei Gorzo, *Teambuilding* nu-și asumă riscurile de a contribui la formarea, măcar parțială, a unui nou dialect al limbajului cinematografic, care să îmbine *hollywoodian*-ul cu românescul, ci doar traducerea celui existent. În interesul simplificării, polițistul Denzel (Matei Dima) din *Haita de Acțiune* nu a primit acest nume pentru a comenta sau a parodia *Training Day* (2001, regia Antoine Fuqua), ci doar pentru a face referire la acesta. Deși această predispoziție pentru rețete nu

26. Laura Mulvey elaborează asupra existenței feminine drept extensie a masculinului în „Visual Pleasure and Narrative Cinema", *Screen* 16 (1975).

27. Andreea Guțu, „5Gang The Movie dă lovitura! Finanțare de 100.000 de euro de la Guvern", *Capital*, 04 octombrie 2019. https://www.capital.ro/5gang-the-movie-da-lovitura-finantare-de-100-000-de-euro-de-la-guvern.html.

28. George-Andrei Cristescu, „Fenomenul «Teambuilding»: regizorul Matei Dima a renunțat la visul american pentru a face filme de succes în România", *Adevărul*, 02 ianuarie 2023. https://adevarul.ro/showbiz/film/fenomenul-teambuilding-regizorul-matei-dima-a-2231775.html.

este în sine condamnabilă, ea poate justifica reticența anumitor critici de a încadra filmele Vidra drept un curent cinematografic în adevăratul sens al cuvântului. Dintr-o perspectivă indulgentă, am putea considera însă că Vidra propune un curent nou, reutilizând un limbaj vechi.

Artă, merite și filmele

Din punct de vedere artistic, sentința cu privire la oricare dintre filmele Vidra Productions nu poate fi una favorabilă. Ele sunt eminamente lipsite de inovație regizorală sau narativă. Formal, ele urmează continuitatea intensificată hollywoodiană[29], aplicată pe *sketch*-uri de tip YouTube, cu poante anticipabile și umor la prima mână. Cu toate astea, publicul continuă să intre în sala de cinema, în numere din ce în ce mai mari. Motivul nu este deloc neașteptat. Este același răspuns dat de Pauline Kael în luna februarie a anului 1969, în celebrul text *Trash, Art, and the Movies*: „majoritatea filmelor care ne plac nu sunt opere de artă"[30]. Asemenea filmelor studioului *American International Pictures* pe care Kael le amintea în 1969, filmele Vidra Productions nu pretind a fi artă, nici nu pretind a fi luate în serios. Sunt filme conștiente de absurditatea lor, acomodate în umorul infantil și vehemente în a fi accesibile pentru toate categoriile de public. Cum elaborează și Kael, ele își au locul în cinema. Tehnic, ele nu sunt remarcabile, însă tehnica este secundară distracției, iar aceste filme sunt, fără doar și poate, distractive. Umorul este ieftin, însă bine livrat și subiectul bine ales. Acestea sunt aspectele care creează apetit pentru cinema – apetit evident, de altfel, prin succesul constant al filmelor de la Vidra. Odată nutrit un public, acesta va învăța și va evolua. La fel cum era studiourilor din Hollywood s-a transformat în Noul Hollywood, emergența unui public, interesat chiar și de filme „*trashy*", va oferi susținerea necesară unei industrii care, până în momentul actual, nu avea niciun interes pentru filmul autohton.

Fie că alegem să numim stilistica Vidra Productions „*trashy*" sau nu, trebuie să evităm eliminarea acesteia din discursul despre cinematografia românească. Ironizarea și segregarea acestor filme drept paracinema[31] nu poate decât să împiedice tranziția dinspre aceste filme înspre restul cinematografiei românești. După lansarea sa, *Teambuilding* a fost ținta unor atacuri acide pe rețelele de socializare și în presă, printre care un notabil articol32 din partea profesorului Doru Pop, profesor la Facultatea de Teatru și Film din cadrul Universității "Babeș-Bolyai" Cluj-Napoca. Ironizând numele filmului și al creatorului, spunând că filmul nu este cinema, referindu-se la echipă și producție cu diminutive, folosind ghilimele ironice, profesorul desconsideră filmul lui Dima, dar și publicul care s-ar putea să aprecieze un astfel de film. În același articol, Pop cataloghează ironic publicul drept „la fel de deștepți ca și scenaristul care a scris și *Miami Bici*". Asocierea inteligenței publicului cu aprecierea lor pentru un anumit tip de produs cultural nu contribuie în niciun fel la desăvârșirea discursului despre acest produs, dincolo de implicațiile socio-politice pe care le poate avea. Kael argumenta în favoarea unei bucurii care nu trebuie justificată. Desconsiderarea acestor filme drept o sursă validă de bucurie împiedică procesul de construire a gustului (fie el bun gust sau nu).

Mai mult, o astfel de mentalitate perpetuează o hegemonie a filmului de artă, cu o graniță impenetrabilă dintre acesta și cel „de duzină". În *Trashing the Academy*, Sconce punctează distribuirea de capital cultural din cadrul acestei delimitări,, cu ajutorul căreia anumiți indivizi sau grupări pot stabili ce constituie sau nu artă pe baza unor criterii arbitrare și prin excelență conservatoare, întrucât o schimbare în ce constituie bunul gust ar însemna o pierdere a capitalului cultural acumulat[33]. *Teambuilding,* ar putea exemplifica, așadar, un război al valorilor estetice, iar gestionarea acestuia influențează profund raportarea societății românești nu doar la cinemaul de consum produs de către Vidra Productions, ci și față de cinemaul românesc de artă. Dacă distincția stabilită este aceea între artă validă și artă „de duzină", menită unui public perceput drept needucat, atunci aceștia fie vor abandona sălile de cinema, fie vor dobândi o binemeritată doză de tribalism, protejându-și tabăra și evitând discursul. Integrarea filmelor precum *Teambuilding* nu presupune felicitarea acestora, ci recunoașterea lor ca parte din istoria cinematografică.

Trăsăturile „*trashy*" regăsite în producțiile Vidra nu sunt exclusive lor, ci vin în urma unui rețetar de filme

29. David Bordwell, „Intensified continuity revisited", *David Bordwell's website on cinema*, 27 mai 2007. https://www.davidbordwell.net/blog/2007/05/27/intensified-continuity-revisited/.

30.Pauline Kael, „Art, Trash, and the Movies", *Scraps from the Loft,* 23 ianuarie 2020. https://scrapsfromtheloft.com/movies/pauline-kael-trash-art-movies/.

31. Vezi definiția acordată de Jeffery Sconce în '*Trashing' the academy*...

32. Doru Pop, „OPINIE. Doru Pop: Divertismentul de Coteț și comedia de tembeling".

33. Merită însă notat că Sconce se poziționează și împotriva apărării fanatice a ce numește „paracinema" pentru a nu produce o nouă ierarhizare, la fel de conservatoare, însă pe baza altor valori estetice.

de categoria B care, odată cu trecerea timpului, au fost integrate în istoria cinematografiei universale. În acest context, faptul că Vidra a produs, în cele din urmă, un film horror, nu este deloc surprinzător. Cu atât mai puțin cu cât filmul este co-produs alături de Selly Media Group, a cărui audiență este principal adolescentină. De-a lungul istoriei cinemaului, filmele de categoria B – filme horror, filme cu motocicliști, comedii cu tente sexuale, au fost mereu receptate pozitiv de către un public tânăr. Nu numai în industriile vestice, ci și în cele vecine, marginale, cum ar fi industria cinematografică turcă[34], filmele horror produse în masă, adesea cu bugete minuscule, atrag un public tânăr masiv. Tranziția înspre horror poate fi privită, așadar, drept următorul pas în avansarea către o industrie actualizată la scara globală. La rândul lor, Statele Unite Ale Americii au avut propriul lor val de horror și comedii privite drept „*lowbrow*" sau cultură degenerată, fiind apărate, la moment, tot de Pauline Kael.

La rândul nostru, aflați la un punct de turnură, în care cinemaul Noului Val nu mai reușește să capteze interesul tinerelor generații, educate sau nu, ne confruntăm cu filme ce poartă asemănări filmelor de categoria B din anii 1960 – filme tip *counercultre* precum *Easy Rider* (r. Dennis Hopper, 1969) și filme de groază precum *Night of the Living Dead* (r. George A. Romero, 1968), numite la vremea lansării „*lower case cinema*"[35] datorită unor unui limbaj cinematografic subțire. Datorită unor mutații în industria cinematografică, aceste filme au devenit paradoxal *blockbusters*, iar valoarea lor estetică principală, potrivit maselor, este chiar lipsa rafinamentului, sentimentul de proiect personal, neșlefuit. Costul mic reprezintă un plus atât pentru public, cât și producător, iar profitul, chiar dacă obținut pe urma unui sistem capitalist imposibil de revendicat, revitalizează interesul în industrie, însă fără prindere la publicul autohton.

Cum remarcă perceptiv Costi Rogozeanu, vorbind despre *Teambuilding* „faptul că mai vorbim și noi despre un film e [...] un semn că nu ne-am alienat complet"[36]. Discuția însă pare să fi deviat dinspre film și înspre publicul său – mai degrabă înspre ce spune despre societate existența acestui public. Pare mai interesantă chestionarea unui public satisfăcut de către caracteristicile unui *B-movie* decât calitățile filmul în sine. O discuție centrată pe însemnătatea acestuia, pornind de la teoriile lui David Bordwell și Kristin Thompson, cuplul elaborându-le în *Film Art: An Introduction*[37], pare mult mai ofertantă. Teoria celor doi cu privire la cele patru semnificații (referențială, explicită, implicită și simptomatică) ne pot spune mult mai multe despre societatea în care aceste filme sunt produse, fără a necesita speculații cu privire la gradul de educație sau clasa publicului.

Sensul simptomatic reprezintă, potrivit lui Bordwell, ideologia divulgată de către film prin intermediul contextului socio-politic[38], adesea fără voința directă a echipei creatoare. Din această perspectivă, *Teambuilding* arată o societate indusă în eroare de către capitalism și incapabilă de-ai scăpa, înconjurată de *branding* și reclame, o societate inadaptată la standardele moderne de masculinitate și inhibată de acest fapt, dar nu îndestul încât să se solidarizeze cu feminismul, dezbinată geografic și financiar. Survolând această dezbinare, nu cumva este simultana desconsiderare drept paracinema a acestor filme și blamarea tentelor realist capitaliste doar încă o fragmentare? O poziționare ostilă, selectivă, care alege să nu recunoască noul curent (și noul public) al cinemaului românesc, personificat de Vidra Productions, nu va face decât să-l alieneze și să-l radicalizeze. Construirea unei industrii, fie ea și în neconcordanță cu standardele artistice și estetice stabilite de Noul Val, presupune un dialog inclusiv cu privire atât la finanțarea producțiilor, cât și cu privire la alegerile etice și estetice ale acestora.

Bibliography

Bordwell, David. "Intensified continuity revisited." *David Bordwell's website on cinema*, May 27, 2007. https://www.davidbordwell.net/blog/2007/05/27/intensified-continuity-revisited/.

Bourdieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Translated by Richard Nice. Cambridge MA: Harvard University Press, 1984.

Bunea, Iulia. "După seriale, şi vloggerii vor să facă producții cu bani de la Guvern. 5Gang – The Movie

34. V. Gjinali, E.A. Tunca, „A General Look on the Impact of Turkish Horror Movies: An Exploratory Study on the Opinions of Youth on Horror Movies. Sage Open", *Sage Open* 10, nr. 4 (2020). https://doi.org/10.1177/2158244020979701.

35. AFI Catalog of Feature Films: Easy Rider. https://catalog.afi.com/Catalog/MovieDetails/19428.

36. Costi Rogozanu, „Pentru toți cei indignați de «Teambuilding»: esența filmului e că mai stăm și noi cu toții de vorbă", *Libertatea*, 08 ianuarie 2023. https://www.libertatea.ro/opinii/pentru-toti-cei-indignati-de-teambuilding-esenta-filmului-e-ca-mai-stam-si-noi-cu-totii-de-vorba-4402594.

37. David Bordwell, Kristin Thompson, *Film Art: An Introduction,* (New York: McGraw Hill, 2010).

38. Ibid., 63.

primeşte ajutor de stat. Ce buget" [After TV Series, Vloggers Also Want to Make Productions with Government Money. 5Gang – The Movie Receives State Aid. What Budget]. *Paginademedia.ro*, October 3, 2019. https://www.paginademedia.ro/2019/10/5-gang-the-movie-bani-de-la-guvern/.

Chirilov, Mihai. "Mihai Chirilov: Nu aștepta mult de la filmul românesc" [Mihai Chirilov: Don't Expect Much from Romanian Films]. *FilmsInFrame*, December 22, 2023. https://www.filmsinframe.com/ro/critica/mihai-chirilov-nu-astepta-prea-mult-de-la-filmul-romanesc/.

Costache, Dragoș D., and Oana Filip. "'Buzz House' sau Mazilirea de la moara de content" ['Buzz House' or The Ousting from the Content Mill]. *Scena9*, April 30, 2024. https://www.scena9.ro/article/buzz-house-the-movie-cronica-selly-adrian-elicopter-de-lupta.

Costanda, Alexandra. "'5Gang: un altfel de Crăciun', filmul românesc cu cei mai mulți spectatori din ultimii 24 de ani" ['5Gang: A Different Kind of Christmas', The Romanian Film with the Most Viewers in the Last 24 Years]. *Adevărul*, January 15, 2020. https://adevarul.ro/showbiz/film/5gang-un-altfel-de-craciun-filmul-romanesc-cu-1995145.html.

Costanda, Alexandra. "'Miami Bici', cel mai de succes debut din ultimii 26 de ani al unui film românesc: câți spectatori au fost să-l vadă la cinema" ['Miami Bici', The Most Successful Debut of a Romanian Film in the Last 26 Years: How Many Spectators Went to See It at the Cinema]. *Adevărul*, February 24, 2020. https://adevarul.ro/showbiz/film/miami-bici-cel-mai-de-succes-debut-din-ultimii-2003546.html.

Cristescu, George-Andrei. "Fenomenul 'Teambuilding': regizorul Matei Dima a renunțat la visul american pentru a face filme de succes în România" [The 'Teambuilding' Phenomenon: Director Matei Dima Gave Up the American Dream to Make Successful Films in Romania]. *Adevărul*, January 2, 2023. https://adevarul.ro/showbiz/film/fenomenul-teambuilding-regizorul-matei-dima-a-2231775.html.

Dumitrescu, Vlad. "Influencerii români și relația lor 'pe burtă' cu publicitatea" [Romanian Influencers and Their Covert Relationship with Advertising]. *Panorama*, September 10, 2023. https://panorama.ro/influencerii-romani-publicitatea/.

Finney, Angus. *The International Film Business: A Market Guide Beyond Hollywood*. London: Routledge Press, 2014.

Fisher, Mark. *Realism capitalist. Nu există nicio alternativă?* [Capitalist Realism: Is there no Alternative?], translated by Paul-Teodor Cristescu, introduction by Ștefan Baghiu. Cluj-Napoca: Tact, 2022.

Gjinali, V., and E. A. Tunca. "A General Look on the Impact of Turkish Horror Movies: An Exploratory Study on the Opinions of Youth on Horror Movies." *Sage Open*, 10, no. 4 (2020). https://doi.org/10.1177/2158244020979701.

Gorzo, Andrei. "Concurs de popularitate: 'Teambuilding' și 'Mirciulică'" [Popularity Contest: 'Teambuilding' and 'Mirciulică']. *Lucruri care nu pot fi spuse altfel*, October 29, 2022. https://andreigorzoblog.wordpress.com/2022/10/29/concurs-de-popularitate-teambuilding-si-mirciulica/.

Guțu, Andreea. "5Gang The Movie dă lovitura! Finanțare de 100.000 de euro de la Guvern" [5Gang The Movie Hits the Jackpot! 100,000 Euros Financing from the Government]. *Capital*, October 4, 2019. https://www.capital.ro/5gang-the-movie-da-lovitura-finantare-de-100-000-de-euro-de-la-guvern.html.

Jameson, Fredric. *Postmodernismul sau logica culturală a capitalismului târziu* [Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism]. Translated by Alex Văsieș and Vlad Pojoga, introduction by Andrei Terian. Sibiu: Editura ULBS, 2021.

Kael, Pauline. "Art, Trash, and the Moviea." *Scraps from the Loft*, January 23, 2020. https://scrapsfromtheloft.com/movies/pauline-kael-trash-art-movies/.

Mulvey, Laura. "Visual Pleasure and Narrative Cinema." *Screen* 16, no. 3 (1975): 6–18. https://doi.org/10.1093/screen/16.3.6.

Lăzărescu, Emanuel. "'Teambuilding' depășește 1 milion de spectatori plătitori în cinematografe" ['Teambuilding' Surpasses 1 Million Paying Viewers in Cinemas]. *Cinefan*, January 16, 2023. https://cinefan.ro/stiri/9283-teambuilding-depaseste-1-milion-de-spectatori-platitori-in-cinematografe.

Marin, Alexandra. "'Teambuilding', cel mai profitabil film românesc din istorie. Producția a obținut încasări de peste 19 milioane de lei ['Teambuilding', The Most Profitable Romanian Film in History. The Production Earned Over 19 Million Lei]. *Observator*, November 9, 2022. https://observatornews.ro/entertainment/teambuilding-cel-mai-profitabil-film-romanesc-din-istorie-productia-a-obtinut-incasari-de-peste-19-milioane-de-lei-496847.html.

Pop, Doru. "OPINIE. Doru Pop: Divertismentul de Coteț și comedia de tembeling" [OPINION. Doru Pop: Barn Entertainment and Crazytown Comedy]. *Cluj24*, January 9, 2023. https://cluj24.ro/opinie-doru-pop-divertismentul-de-cotet-si-comedia-de-tembeling-155525.html.

Redacția Euronews. "'Romina, VTM' este pe locul 12 într-un top al celor mai mari încasări la nivel mondial. Ce spune un critic despre filmele românești" ['Romina, VTM' Ranks 12th in the Top of the Highest Revenues

Worldwide. What a Critic Says About Romanian Films]. *Euronews*, January 27, 2023. https://www.euronews.ro/articole/filmul-romanesc-romina-vtm-este-pe-locul-12-intr-un-top-al-celor-mai-mari-incasar.
Redacția JustNews. "De ce se judecă cu autoritățile, pentru un milion de lei, casa de producție care a realizat pelicula 'Teambuilding' ["Why the Production House That Made the Film 'Teambuilding' Is Suing the Authorities for One Million Lei"]. *JustNews*, February 14, 2024. https://justnews.ro/de-ce-se-judeca-cu-autoritatile-pentru-1-milion-de-lei-firma-care-a-produs-filmul-teambuilding/.
Redacția KISS FM. "'5GANG: Un altfel de Crăciun', cel mai bine vândut film românesc din ultimii 30 de ani ['5GANG: A Different Kind of Christmas', The Best-Selling Romanian Film of the Last 30 Years]. *KISS FM*, December 30, 2019. https://www.kissfm.ro/articol/15895/5gang-un-altfel-de-craciun-cel-mai-bine-vandut-film-romanesc-din-ultimii-30-de-ani.
Redacția KISS FM. "Filmul 'Tabăra', ultimul proiect 5GANG, a înregistrat cele mai mari încasări la box office-ul din România" [The Film 'The Camp', The Last 5GANG Project, Recorded the Highest Box Office Revenues in Romania]. *KISS FM*, January 4, 2022. https://www.kissfm.ro/articol/21681/filmul-tabara-ultimul-proiect-5gang-a-inregistrat-cele-mai-mari-incasari-la-box-office-ul-din-romania.
Rogozanu, Costi. "Pentru toți cei indignați de 'Teambuilding': esența filmului e că mai stăm și noi cu toții de vorbă" [For All Those Outraged by 'Teambuilding': The Essence of the Film Is That We At least Sit Down and Talk]. *Libertatea*, January 8, 2023. https://www.libertatea.ro/opinii/pentru-toti-cei-indignati-de-teambuilding-esenta-filmului-e-ca-mai-stam-si-noi-cu-totii-de-vorba-4402594.
Sconce, Jeffery. "'Trashing' the Academy: Taste, Excess, and an Emerging Politics of Cinematic Style." *Screen* 36, no. 4 (1995): 371–393. https://doi.org/10.1093/screen/36.4.371.
Stamen, Diana. "Selly susține că nu și-a primit banii de la stat pentru filmul '5 GANG': 'Este un prejudiciu de aproximativ 100.000 de euro și a fost o rușine pentru România' [Selly Claims He Did Not Receive State Money for the '5 GANG' Movie: 'There are Damages of Approximately 100,000 Euros and It Was a Shame for Romania']. *Libertatea*, March 16, 2023, https://www.libertatea.ro/entertainment/selly-sustine-ca-nu-si-a-primit-banii-de-la-stat-pentru-filmul-5-gang-4482147.
Toderici, Radu. "Cu ochii în toate părțile" [With Eyes Everywhere]. *Steaua*, no. 7 (2023). http://revisteaua.ro/cu-ochii-in-toate-partile/.
Vancu, Anca. "'Filmul românesc nu e la un nivel grozav' | Noutățile și filmele festivalului TIFF.22" ['Romanian Cinema Is Not at a Great Level' | News and Films from TIFF.22]. *Films in Frame*, May 10, 2023. https://www.filmsinframe.com/ro/uncategorized/filmul-romanesc-nu-e-la-un-nivel-grozav-noutatile-si-filmele-festivalului-tiff-22/.
Katherine E. Lane, ed. *Age of the Geek: Depictions of Nerds and Geeks in Popular Media*. London: Palmgrave Macmillan, 2018.
Țapu, Cristina. "Dragoș Bucur, Cuvinte dure despre pelicula 'Miami Bici 2'. Producția umple sălile de cinema, dar actorul e dezamăgit: 'N-aș putea să-l încadrez în categoria film!'" [Dragoș Bucur, Harsh Words About the Film 'Miami Bici 2'. The Production Fills Cinemas, but the Actor Is Disappointed: 'I Couldn't Categorize It as a Film!']. *TVMania*, December 7, 2023. https://www.tvmania.ro/dragos-bucur-are-o-parere-radicala-despre-filmul-miami-bici-2-453810.

Filmography

5GANG: Un Altfel de Crăciun, Romania, 2019. Director: Matei Dima.
American Pie Presents: Beta House, USA, 2007. Director: Andrew Waller.
Buzz House: The Movie, Romania, 2024. Director: Florin Babei.
Haita de Acțiune, Romania, 2023. Director: Vali Dobrogeanu.
Libertate, Romania, 2023. Director: Tudor Giurgiu.
Mammalia, Romania, 2023. Director: Sebastian Mihăilescu.
Miami Bici, Romania, 2020. Director: Jesús del Cerro.
Miami Bici 2, Romania, 2023. Director: Jesús del Cerro.
Mirciulică, Romania, 2023. Director: Cristian Ilisuan.
Oh, Ramona!, Romania, 2019. Director: Cristina Jacob.
Romina, VTM, Romania, 2023. Director: Paul-Răzvan Macovei.
Spre Nord, Romania, 2022. Director: Mihai Mincan.
Tabără, Romania, 2021. Director: Vali Dobrogeanu.
Tati part-time, Romania, 2024. Director: Alex Coteț.
Teambuilding, Romania, 2022. Directors: Matei Dima, Cosmin Nedelcu, and Alex Coteț.
Training Day, USA, 2001. Director: Antoine Fuqua.