



## FILANTROPICA

Pe o scară de la 1 la 10, cât de fericiți sunteți că veți vedea un film românesc la Cinema-Edu? Probabil vă gândiți că o să vă plictisiți, sau că veți vedea „încă un film românesc” și atât. Ei bine, *Filantropica* este altfel. Iată unul dintre cele mai îndrăgite producții locale din ultimii 20 de ani. Dacă nu ne credeți pe cuvânt, întrebați în jurul vostru. Multă lume va fi de acord cu noi, deși explicația pentru acest fapt nu este extrem de clară. *Filantropica* „amestecă”, însă, o grămadă de elemente de succes: un regizor apreciat, atenție, de public, dincolo de respectul pe care i-l poartă critica; actori mari, care au construit, de-a lungul carierelor lor numeroase roluri memorabile: Gheorghe Dinică, Mircea Diaconu, în sfârșit, un scenariu „mișto”, dinamic, neașteptat. Gata cu laudele – să vedem despre ce e vorba....

### **RELUĂM...DATE GENERALE**

Regia: Nae Caranfil

Țara: România

Anul: 2002

Cu: Gheorghe Dinică (Pavel Puiuț, zis Pepe), Mircea Diaconu (Ovidiu Gorea), Mara Nicolescu (Miruna), Viorica Vodă (Diana Dobrovicescu), Marius Florea Vizante (Simpaticul), Florin Zamfirescu (Poetul Gării de Nord)

Scenariul: Nae Caranfil

Imaginea: Vivi Drăgan Vasile

Decorurile: Mihnea Mihăilescu

Costumele: Svetlana Mihăilescu

### **POVESTEA PE CARE O LĂUDAM MAI SUS:**

Ovidiu, umil scriitor și profesor de liceu, se îndrăgostește până peste cap de Diana, tânăr fotomodel. El ar vrea să o impresioneze, așa că încearcă diferite metode pentru a face rost de bani. Și-ar vinde romanul, dar nimeni nu pare interesat de el. După încercarea eșuată de a găsi cumpărători, el îl cunoaște pe Pepe (Gheorghe Dinică), textier pentru cerșetori. Iată o meserie nouă și bănoasă. Dar Ovidiu nu poate deveni un simplu cerșetor, așa că i se oferă o alternativă: va fi... ceva mai mult. Va sărbători, seară de seară, 10 ani de căsătorie cu o femeie necunoscută, Miruna, secretara lui Pepe, și va primi bani pentru asta. Va provoca scene impresionante în restaurante, va trage chelnerii pe sfoară și va apela la bunăvoința celorlalți clienți. După câteva astfel de experiențe care – culmea – îi fac placere domnului profesor, Diana începe să îl agreeze. Lucrurile scapă însă de sub control atunci când Ovidiu încearcă să forțeze mâna destinului - Pepe – el nu are o poveste care să îl ajute să primească bunăvoința celui care i-a dat iluzia îmbogățirii rapide.



## **FILANTROPIC = AJUTOR PENTRU CEI SĂRMANI; MOTIVAȚIA TITLULUI**

*Filantropic(ă)* = adj., care ține de filantropie;

*Fiantropie* = s.f. Acțiune de binefacere întreprinsă în folosul oamenilor săraci;

Întregul film se concentrează, ca temă majoră, asupra oamenilor sărmăni, conduși din umbră și exploatați de Pepe. De fapt, el le construiește poveștile pe care altfel, oamenii străzii nu ar ști să le spună. Cine s-ar mai lăsa atunci impresionat de simpla prezență a unor cerșetori?

Pepe îi ajută, dar se ajută mai mult pe sine. La această iluzie a binelui participă și Ovidiu, om modest, care trăiește încă cu părinții lui pensionari și nu aduce niciun venit în casă.

*Filantropica* reprezintă mecanismul care ghidează sistemul societății descrise în film. Reprezintă adjectivul pentru o societate bolnavă în care personajele sunt forțate să trăiască.

Exercițiu: Găsiți situații concrete în acțiune care să motiveze titlul filmului.

## **TEMELE FILMULUI:**

Printre temele care pot fi discutate aici, identificăm:

### **1. Manipularea în mass media**

Mass media este acum una dintre cele mai puternice arme. Datorită ei, oamenii primesc informațiile de care au sau nu nevoie, sunt bombardati cu noutăți, știri, experimente, vedete, emisiuni TV. Învață de pe ecrane, trăiesc prin ecrane, devin dependenți de ecrane și de tehnologia din spatele lor. Mai puțin cunoscut însă este faptul că imaginile în mișcare, combinate cu poveștile spuse și cu sunetele potrivite pentru a crea anumite efecte în rândul spectatorilor, îi influențează și ne influențează, de fapt, fără să ne dăm seama. Mai mult decât atât, ele ajung să ne manipuleze. Exemplul cel mai simplu este, în cinematografie, montajul. Cineastul vrea să povestească o întâmplare, dar elimină din ea ce nu vrea să ajungă la public, pentru ca el să fie de partea lui, a autorului. La fel și în relatările de zi cu zi. Omitem anumite aspecte nedorite și le înlocuim sau nu cu altele, pentru ca receptorul mesajului nostru să creadă în ce îi spunem.

În *Filantropica*, Pepe se folosește și de televizor pentru a câștiga bani. Profită de povestea emoționantă pe care a construit-o în jurul lui Ovidiu și a Mirunei și o duce la un alt nivel, ajunge, prin micul ecran, în casele dintr-o țară întreagă, impresionând mii de spectatori. Jocul exceptional al lui Mircea Diaconu din dialogul cu Simpaticul creează și mai multă emoție, deci și mai mulți bani pentru Pepe. Așadar, prin vorbe frumoase și o poveste bine gândită, publicul „de acasă” este influențat, crede în informațiile primite și contribuie cu bani la îmbunătățirea condiției familiei cu pricina.

Discuție: Cunoașteți situații în care ați fost influențați de mass media?

### **2. Violenta în școli**

Violenta în școli este încă un subiect sensibil, pentru că nu pare foarte clar ce este de făcut în cazul huliganilor. Un caz similar observăm și în *Filantropica*: Robert nu poate fi ținut în



frâu de profesorul pe care îl obligă să-l treacă clasa, prin amenințări nespuse. Apoi, profesorul devine corupt și îndrăgostit de sora lui Robert. Abia atunci când există un interes personal, Ovidiu încearcă să-l ajute.

**Discuție: Cunoașteți cazuri de violență în școala voastră? Cum reacționează elevii la ele? Dar profesorii? Ce soluții propuneți pentru îndepărtarea huliganismului din școli?**

### 3. Cerșetoria

... iată o parte importantă din realitatea noastră zilnică. Vedem cerșetori peste tot. Ce e de făcut cu ei nu reprezintă neapărat, aici, un subiect de discuție. *Filantropica* impune dezbateră percepției asupra lor. Uneori, vedem un om amărât care ne impresionează, dar este povestea lui reală? N-o vom ști niciodată.

**Discuție: De ce încurajăm cerșetoria? Cum vi s-a schimbat percepția asupra cerșetorilor după vizionarea filmului?**

### 4. Povestea ca mecanism:

În „*Filantropica*”, oamenii sărmani au nevoie de povești ca să supraviețuiască. Poveștile lor sunt cele cu care își impresionează binefăcătorii. De ce? Iată o parte dintre funcțiile artei, explicate de esteticianul Umberto Eco și extrapolate aici pentru a se adapta poveștilor în general:

- Funcția de divertisment*: poveștile detașează, temporar, audiența din lumea reală; ele creează fie universuri închipuite, fie alte realități în care publicul, ascultătorii, se pot regăsi, distra, complăce;
- Funcția cathartică* presupune solicitarea unor emoții puternice și apoi eliberarea lor ca mijloc de detoxifiere emoțională și intelectuală. Tensiunea poveștii crește, evoluează, rezonază tot mai adânc în noi, iar la final, ea ne oferă libertate; am trăit senzații, sentimente, impresii la un nivel mai amplu decât o facem de obicei; *catharsis* = purificare a spiritului cu ajutorul artei prin participare intensă la fenomenul artistic ([www.dexonline.ro](http://www.dexonline.ro));
- Funcția de idealizare* înseamnă sublimarea sentimentelor, fenomen care contribuie la evadarea din cotidian, la o eliberare creatoare. Idealizarea presupune atribuirea unor calități excepționale unor lucruri sau ființe, dar și capacitatea de a poetiza, de a înfrumuseța anumite aspecte ale vieții.
- Funcția de întărire și duplicare* încearcă accentuarea problemelor obișnuite pentru a favoriza implicarea mai activă a indivizilor în propriile vieți;

### Exercițiu:

- Găsiți exemple în film care să justifice fiecare dintre funcțiile poveștilor, expuse mai sus;
- Dați exemple de povești și identificați motivele pentru care ele îndeplinesc aceleași funcții. Poveștile de pe ecran au, de regulă, un impact mai mare asupra spectatorilor



decât cele orale, pentru că ele au avantajul de a fi *trăite*, au caracteristicile vieții reale la care spectatorul asistă nemijlocit. În plus, acțiunea de pe ecran este *dramatizată* pentru a crea un anumit impact emoțional. **Gândiți-vă la următoare situație: cineva vă povestește o experiență trăită. Preferați un film poveștii reale? Crediți că un film vă influențează mai mult percepția asupra vieții decât ceva ce auziți de la prieteni?**

##### 5. Demnitatea umană în societatea de consum.

Andrei Gorzo ([www.liternet.ro](http://www.liternet.ro)) –Iată „*un discurs năucitor pentru că totul e adevărat și totul e minciună. Ovidiu chiar fusese cândva sărac, demn și sincer, dar acum a devenit cineva care joacă aceste calități pentru a obține o anumită reacție, un profit. Adevărul se golește de adevăr și în forma asta ajunge la lume (e la televizor) Și lumea e mișcată – plătește.*”  
**Exercițiu – Comentați citatul de mai sus. Crediți că teoria expusă se justifică?**

Din istoria lui Ovidiu, deducem că înainte să o cunoască pe Diana, el avea o viață obișnuită și era un om demn. Nu avea succes, dar nici nu suferea din asta. Trăia umil, dar nu părea „deranjat” de acest aspect... nu suficient încât să încerce să își depășească condiția. Motorul acțiunilor lui devine, așadar, dragostea pentru Diana, sau ambiția de a se afișa în lume alături de o fată tânără, cu aspirații „înalte”. Odată cu ea, Ovidiu descoperă nevoia de a deține o mașină luxoasă, o casă frumoasă, puterea pe care i-o oferă banul.

Pentru că încercările de a reuși ca un om cinstit eșuează, el se conformează planului lui Pepe, acceptând să acționeze sub demnitatea lui. Continuă, pentru că lucrurile par să funcționeze. Devine obsedat de noul statut și de Diana, ignorând adevărul simplu care i se așterne la picioare: afecțiunea simplă și sinceră a Mirunei. Demnitatea ajunge să fie batjocorită cu bună știință, iar acest demers culminează în secvența în care Ovidiu își prezintă povestea la televizor – intră în rol atât de bine, încât aproape că derutează spectatorul „îngrijorat” că Simpaticul l-ar putea da de gol.

Pe de altă parte, oamenii sărmani se lasă și ei „cumpărați”. Motivele pentru care au ajuns pe stradă nu mai sunt importante. Nu contează ce au sau ce nu au, nu contează adevăratele lor povești, care sunt, probabil, impresionante, ci acelea „de efect” pe care le propune Pepe, contra unui comision. Posibilitatea de a ieși din mizerie devine aproape nulă, pentru că ei devin, treptat, surse de profit, ițe ale unui sistem prea bine pus la punct. Observăm că, la un nivel nu mult mai înalt, nici Ovidiu nu reușește să mai iasă din el. Chiar dacă pare să se sustragă îndatoririlor de „element de scenariu” al lui Pepe, acesta reușește întotdeauna să întoarcă situația în favoarea lui. Totul are un preț. Totul costă, aici, o poveste. Moneda de schimb nu mai este doar banul, ci emoția care poate fi provocată în schimbul lui.

##### Discuție:

- **Crediți că Ovidiu procedează corect? Găsiți că faptele lui sunt condamnabile? Crediți că există un moment în care ar fi putut să se oprească? Cu ce preț? La ce ar fi trebuit să renunțe? Merită?**



- Credeți că Ovidiu ar fi avut vreo altă soluție pentru a o impresiona pe Diana? De ce credeți că s-a atașat de ea atât de brusc? Merită să-și sacrifice demnitatea pentru ea?

## PERSONAJELE DIN *FILANTROPICA*

1. **OVIDIU GOREA** – Credeți că Ovidiu este un erou? De ce? Ce ați fi făcut în situația lui? Discutați despre atitudinea profesorului față de Diana și față de Robert.

Personajul comun, care nu își iubește meseria, umil, forțat de o apariție subită să acționeze ca să își îmbunătățească condiția. El acționează sub demnitatea lui ca să aibă iluzia că poate să avaseze din punct de vedere social. Când sistemul se întoarce împotriva lui și minciuna este revelată, el încearcă să renunțe, dar Pepe / destinul este mai puternic decât el și îl menține pe poziție, afundându-l și mai mult în noua postură.

2. **PAVEL PUIUȚ** – De vă place sau nu de personajul Pepe?

Pavel Puiuț este un om deșept. El știe să profite de orice situație și să o întoarcă în favoarea lui. Funcționează ca „textier pentru cerșetori” și ia această meserie, inventată de el, în serios. O duce la limită. Victimele lui nu mai au scăpare. Crede în povești și le folosește pentru a emoționa, pentru a obține bani de la cei ce se lasă impresionați. A construit un sistem în care acționează ca un Dumnezeu. Transformă înfrângerile în victorii și îi constrânge pe ceilalți, prin scenariile bine alese, să rămână personaje pe care le manevrează după bunul plac. Este perfid până la capăt.

3. **MIRUNA** - De ce îl ajută Miruna pe Ovidiu?

Miruna este o femeie simplă, obișnuită cu sistemul lui Pepe, subordonată sistemului, adaptată. Pare să fie unealta perfectă, dar sub înfățișarea de bun profesionist se ascund sentimente simple, reale, umane. Ea îl ajută pe Ovidiu, și-l face aliat, începe să creadă în povestea lor pentru că nu are altă opțiune, știe că nu se poate sustrage, că nu are puterea să-și schimbe poziția în sistem. Îl ajută pe Ovidiu să devină personajul dorit de Pepe și intră în rol atât de bine încât încearcă să-l joace și în viața reală.

4. **DIANA DOBROVICESCU** – Ce reprezintă un personaj ca Diana în societatea voastră?

Manechin, fotomodel, femeie ușoară. O tânără înconjurată de prieteni, apreciază distracția specifică vârstei ei. De fapt, nu bănuim decât atât despre Diana și nu avem nicio certitudine legată de existența ei. Totul e aparență. În rest, ea se lasă cucerită de bunăstarea aparentă a lui Ovidiu și nu suferă atunci când descoperă că a fost mințită. Pur și simplu, iese din viața lui.

5. **ROBERT** – Caracterizați personajul. Motivați-i comportamentul. Credeți că el se poate schimba? Cum vă comportați când astfel de personaje apar în viața voastră?



Iată personajul problematic al fiecărei clase. Bătăușul, cel care apelează la forță ca să își rezolve problemele și ca să fie apreciat. Violența devine, pentru Robert, un mod de viață. Pare că atrage probleme, duce o viață nefericită în care se complace și din care nu găsește scăpare. De fapt, nici nu pare că ar vrea să scape și se afundă tot mai mult în mizerie.

#### 6. SIMPATICUL – Reușiți să empatizați cu acest personaj?

Regăsim câte un „simpatic” în fiecare gașcă. Este „necesar” acolo, pentru bunăstarea grupului. Este cel care ia totul în glumă, aparține grupului, dar nimeni nu îl apără când cineva mai presus ca el îl oprimă. Cu toții știu că el se va întoarce și că nu poate rămâne supărat. Cu toții așteaptă să-i vadă reacțiile în situații problematice, ca să se poată distra pe seama lor.

### LECȚIE DE CINEMA:

#### **REGIZORUL ȘI CURENTUL CINEMATOGRAFIC CĂRUIA ÎI APARTINE FILMUL**

Nae Caranfil a regizat, în total, 7 filme remarcabile, la care a contribuit și ca scenarist și care au câștigat, fiecare, diferite premii la festivaluri internaționale precum cele de la Montpellier, Wiesbaden, Paris, Mons, Würzburg, Namur, Karlovy Vary, etc. Ele sunt „*É pericoloso sporgersi*” (1993), „*Asfalt Tango*” (1996), „*Dolce far niente*” (1998), „*Filantropica*” (2002), „*Restul e tăcere*” (2008), „*Closer to the Moon*” (2013 – film aflat încă în post producție). Fiecare dintre aceste pelicule rămâne în cultura cinematografului românesc ca un dat unic, ca un simbol al vieții aurenice. Nae Caranfil practică așa numitul „maximalism”, un curent artistic opus minimalismului românesc contemporan. Dacă majoritatea cineaștilor autohtoni preferă să filmeze în cadre lungi, situații de viață prezentare fără provocări narrative majore, Nae Caranfil folosește acțiunea dramatică, prezintă personaje – pe care el însuși le lucrează – reprezentative pentru întreaga categorie din care fac parte. Un bun exemplu, aici, sunt chiar eroii din *Filantropica*.

Într-un sens mai larg, maximalismul este un termen umbrelă asemeni, de exemplu, expresionismului (un curent artistic al secolului XX în care realitatea este prezentată într-un mod subiectiv și distorsionată pentru a genera sau reprezenta emoții, deseori negative sau de frică). Rareori se folosește ca „adaptare franceză a leninismului” (dexonline.ro), de la *maximalisme*. Aici însă, el denotă, pe de o parte, revolta față de minimalism, concepția opusă acestuia a regizorului, și, pe de alta, excesele folosite pentru accesorierea societății contemporane, așa cum este ea văzută în artă.

Pe de altă parte, *Filantropica* poate fi considerat și un film realist, pentru că el prezintă situații posibile în viața reală și, mai mult decât atât, descrie o anumită categorie socială așa cum este ea, cu neajunsurile și nuanțele ei specifice. Realismul, în general, presupune o viziune obiectivă asupra realității și o reprezentare a ei cât mai apropiată de „normal”, de ceea ce observăm, fiecare, în jurul nostru. Deseori, experiența empirică și construirea realității cinematografice ca atare este dusă la un nivel mai profund, este studiată și analizată în detalii pe care le observăm doar rareori. Totuși, remarcăm acuratețea ei și putem spune „e ca-n viață” mai



ales datorită acestor detalii despre care vorbeam. Microcosmosul eroilor de pe ecran trebuie cunoscut în detaliu de creatorul lor, pentru a deveni credibil nouă, spectatorilor.

Exercițiu:

- Credeți că *Filantropica* se deosebește de alte filme românești pe care le-ați văzut?
- Ați mai văzut și alte filme regizate de Nae Caranfil? Observați un stil anume al acestuia?
- De ce credeți că *Filantropica* este un film pe gustul audienței?

Notă: cinematograful este o artă realistă prin natura lui. Un obiect din realitate este filmat, înregistrat pe peliculă sau pe o cameră sau pe un telefon mobil și imaginea lui se proiectează apoi pe un ecran – sau, conform tehnologiei de azi, se vizualizează chiar pe suportul pe care a fost filmat. Iată, deci, cum cinematograful prezintă realitatea nemijlocit – am spune. Se poate discuta însă despre noile tehnologii, despre CGI (imagini generate pe computer), despre efecte speciale și vizuale, despre montajul care alterează percepția asupra poveștii și se poate concluziona că realitatea este, totuși, distorsionată. În primul rând, datorită subiectivității celui care o surprinde și care alege să filmeze anumite aspecte ale obiectului în detrimentul altora, și apoi, prin metodele precizate mai sus. Așadar, teoria realismului în cinema este una amplă. Ce este real pe ecran și ce nu? Într-o secvență, am filmat un cadru într-o locație și pe următorul în alta, și le-am uinit ulterior la montaj. Rezultatul *pare* realitate, dar nu este. Ne limităm, așadar, pentru încadrarea *Filantropicii*, la accepțiunea clasică a curentului.

## **DIALOGUL DE FILM**

Dialogul de film reprezintă replicile pe care personajele le rostesc pe ecran. Acestea sunt gândite de către scenaristul filmului sau de către o persoană desemnată anume pentru conceperea dialogului. Dificultatea de a construi dialog în film, provine din mai multe aspecte ale sale:

1. Personajele, asemenea oamenilor reali, sunt diferite; au istorii diferite, gândesc diferit, au o educație și un stil de viață diferite, provin din medii sociale diferite. De aceea, fiecare dintre personaje trebuie să aibă o voce aparte, semne particulare ale existenței lui unice. Mai multe personaje nu pot vorbi la fel, chiar dacă replicile lor sunt scrise de același om. Un copil se exprimă diferit față de un intelectual. La fel, un bancher față de un borfaș. Ce e de făcut, în această situație? Scriitorul se identifică cu fiecare dintre personaje în parte. Așa cum ne învață teoreticianul Robert McKee, întrebarea de bază aici este : „Ce aș face / spune dacă aș fi *acest* personaj, în *această* situație particulară?” Personajele au, fiecare, o motivație unică ce le ghidează comportamentul. Conform acestuia, ele reacționează pentru a construi o poveste credibilă și consecventă cu propriul univers.
2. Dialogul de film reprezintă o esențializare a felului de a comunica în viața reală. Dacă am înregistra o discuție între doi oameni, ar exista, probabil, foarte multe elemente neinteresante pentru o poveste văzută pe ecran; dialogul ar fi foarte lung și ar ajunge să plictisească. Faceți un experiment și imaginați-vă, atunci când asistați la o discuție, că



vedeți totul pe un ecran de cinema. Comparați apoi asta cu un film pe care l-ați văzut. Veți observa că acolo, personajele vorbesc numai atât cât au nevoie pentru a înțelege ideile principale pe care le vor transmite. Restul este subliminal și se exprimă prin subtext, prin limbajul nonverbal și prin legăturile pe care le face spectatorul cu alte secvențe și elemente ale poveștii, conform experienței sale.

3. Replicile de film pot fi memorabile. Ele rămân în conștiința spectatorilor și sunt utilizate în comunicarea orală. Poetul Gării de Nord recită:

*„Surâsul fetei din tramvai m-a năucit definitiv*

*Am înc-o dramă la activ*

*La fel ca domnul Ion Susai.*

*-... Dar cine-i domnul Ion Susai?*

*- Un prieten, nu-l știi.”*

Iată un singur exemplu în care dialogul de film poate deveni memorabil și poate fi extrapolat în situații obișnuite de viață. Pe același principiu, reținem și „*Viața e complexă și are multe aspecte*”, tot de aici, sau „*Mâna întinsă care nu spune o poveste nu primește nimic.*”

*Exercițiu:* Realizați o pagină de dialog. Alegeți câțiva colegi care să îl citească în clasă. Observați diferențele dintre felul în care vă imaginați că se va auzi dialogul și felul în care replicile sunt rostite de fapt. Deseori, ceva ce „sună” extrardinar pe hârtie, pare nefiresc în limbajul oral.

Text de Ana Răduleț