

Ghidul Sclifositei

O CALE CĂTRE O VIAȚĂ MAI BUNĂ



MM Learning Center

București, 2021

Prefață	9
Despre ea	17
Capitolul 1 - Sclifositele	19
Capitolul 2 - Tipuri de sclifosite	27
Capitolul 3 - Trăim online	45
Capitolul 4 - Prima întâlnire	55
Capitolul 5 - Relația părinte-copil	69
Capitolul 6 - Relații toxice	85
Capitolul 7 - Prieteni cu beneficii	95
Capitolul 8 - Relații la distanță	105
Capitolul 9 - Relații cu diferență mare de vârstă	113
Capitolul 10 - Feminitate	123
Capitolul 11 - Ghidul femeii de 30 de ani care vrea să se mărite	135
Capitolul 12 - 26% înșală	147
Capitolul 13 - Relații fuzionale și raporturi de putere	161
Capitolul 14 - Amanta	171
Capitolul 15 - Despre bani în relații	183
Capitolul 16 - Igiena emoțională	195
Capitolul 17 - Căsătoria	203
Capitolul 18 - Vreau un copil	211

Capitolul 19 - Divorțul	221
Capitolul 20 - Trăvialul de doliu	247
Capitolul 21 - Depresia, anxietatea și atacurile de panică	255
Capitolul 22 - Sex	269
Capitolul 23 - Bărbatul	327
Despre calea de urmat	339
Capitolul 24 - Despre singurătate	341
Capitolul 25 - Despre meditație	357
Capitolul 26 - Despre adevăr	377
Capitolul 27 - Despre iubire	389
Capitolul 28 - Despre smerenie	405
Capitolul 29 - Calea iertării	411
Capitolul 30 - Calea fericirii	419
Epilog	435
Mulțumiri	439
Note	440

Sclifositele

Când am început să vorbesc pentru prima dată public despre femei, în mod inconștient am accesat un termen din copilăria mea pe care l-am auzit de la mama, cel mai adesea cu referire la sora mea. E drept că aceasta din urmă refuza să mănânce, sub toate chipurile posibile, iar asta se întâmpla pe la sfârșitul anilor '70, în momentul în care comunismul urma să ia cea mai urâtă formă pe care a atins-o în România. Cum nu exista la vremea respectivă un consilier care să te poată ghida în problemele de alimentație ale copilului, mama și bunica mea s-au văzut nevoite să-și descopere propriile unelte.

Spre exemplu, mama ne povestește cum sora mea deschidea gura și accepta mâncarea doar când, prin fața casei bunicii mele, trecea o mașină. Ori, țin să îți reamintesc că asta se întâmpla la finalul anilor '70 și chiar dacă bunica era într-atât de norocoasă încât să aibă casa situată pe un drum european, numărul mașinilor era mult mai mic (infirm, în comparație cu cel al mașinilor de astăzi), unde mai pui că dacă era weekend se circula alternativ, pe numere pare versus impare. Da, în comunism libertatea de mișcare era îngrădită într-atât încât weekendurile erau împărțite: într-un weekend puteau circula pe stradă doar mașinile al căror număr se termina cu o cifră pară, iar weekendul viitor circulau cele al căror număr se termina cu o cifră impară. Este evident, sper, că a avea două mașini într-o familie era considerat un act de sfidare al proletariatului și s-ar fi putut solda foarte ușor cu

confiscarea mașinii și eventual câțiva ani de pușcărie.

Revenind la sclifoseli, introducerea mâncării în cavitatea bucală era doar jumătate de problemă, căci imediat urma cealaltă provocare: mestecarea și înghițirea. Sora mea avea această abilitate specială de a ține mâncare în gură câte 4-5 ore, fără să o mestece. Nu de puține ori adormea cu mâncarea în gură și se trezea după câteva ore în același fel. Toate acestea, plus multe altele pe care nu mi le amintesc, au dus la măsuri extreme. Albușul de ou crud, alunecos fiind, s-a dovedit a fi greu de ținut în gură, mai ales atunci când cineva te ținea de nas și îți bloca respirația. Da, știu! Astăzi acest procedeu ar fi considerat un abuz, o traumă, iar părintele respectiv ar fi foarte aproape de a fi decăzut din drepturi. Dar în comunism oamenii aveau alte probleme, mult mai serioase, precum procurarea mâncării de pus pe masă, evitarea împușcării pentru credințe care nu erau în acord cu cele ale partidului, cu planul cincinal al fabricii la care lucrai, plus multe altele, încât educația emoțională nici măcar nu exista. Acesta este și motivul pentru care copiii acelor copii au nevoie de cartea de față.

În tot acest context, bunica – femeie supraviețuitoare celui de-al Doilea Război Mondial, rămasă orfană de ambii părinți la vârsta de 2 ani, trecută prin foametea din 1946 - 1947, a rămas celebră în familia noastră cu o propunere ce ar fi putut rezolva definitiv problema. Într-o zi, i-a spus mamei, care la vremea respectivă avea un singur copil, pe sora mea: (teoretic propoziția următoare s-ar citi cu un accent moldovenesc caracteristic zonei Iașului) „Fată hăi, las-o să moară și fă un *copchil* acătării! Cu sclifosita asta nu o scoți la liman!”.

Sclifosită a căpătat astăzi pentru multe dintre femei un sens puternic peiorativ și este identificat cu acea tipologie de femeie concentrată puternic pe portofelul bărbatului ei, încă din etapa de întâlnire și care pentru o situație prosperă ar sacrifica lejer vârsta partenerului și ar accepta lângă ea un bunicuț. Dar nu sunt acestea sclifositele! Acestea pot fi cel mult femei deștepte, pragmatice și/sau materialiste, dar cu siguranță nu putem afirma că această caracteristică le face sclifosite.

A fi o sclifosită nu are legătură cu faptul că ești grasă sau ești slabă, nu are legătură cu gradul de inteligență, deci poți fi proastă de bubui sau mega inteligentă, nu ține cont de modul în care te îmbraci, mereu în rochie sau preponderent în pantaloni, nu depinde de

aspirațiile tale în viață. *Sclifosita* identifică o femeie ca făcând nazuri, mofturi și fasoane. Ori eu cred, și voi demonstra în cele ce urmează, precum și pe tot parcursul cărții, că femeile românce sunt sclifosite.

România, ca parte a Estului Europei, alături de Ucraina, Republica Moldova, Bulgaria, Serbia, țările baltice și nu în cele din urmă Rusia, a fost binecuvântată să aibă femei foarte frumoase. Studiile privind frumusețea femeilor susțin că cele mai frumoase femei apar în zone aflate la confluența mai multor culturi, ori Slavă Domnului, pe noi ne-au călcat pe cap, îndeajuns încât să își lase urmele, destule civilizații. Cu fiecare invazie sau populație migratoare care a trecut prin spațiul ocupat astăzi de România, începând cu, dar nu limitată la: romani, goți, vizigoți, ostrogoți, huni, gepizi [2, p. 297 – 321], urmați mai târziu de: tătari, mongoli, turci, unguri, germani, ruși am plătit cu tot felul de resurse, în funcție de capacitatea de explorare și prelucrare de la vremea respectivă, dar am câștigat în perfecționarea tiparului ADN, lucru care se reflectă astăzi, printre altele, și în frumusețea de care dau dovadă femeile noastre.

Româncele sunt printre cele mai frumoase femei din lume, iar ele știu asta și au devenit tot mai dificile. Atunci când călătoresc în străinătate și sunt întrebat cum sunt femeile în România, invariabil dau același răspuns: Femeile românce sunt foarte frumoase, dar foarte greu de stăpânit! Cu alte cuvinte, sunt sclifosite.

În urmă cu câteva secole, părinții aveau drept de viață și de moarte asupra copiilor lor. Cu alte cuvinte, a avea o fată frumoasă era un dar prețios, căci ai fi putut să o vinzi pe bani buni. Un tată nu ar fi ținut cont niciodată de preferințele fetei și ar fi vândut-o celui care oferea mai mult. Transformările prin care a trecut societatea umană în ultimele secole au scos în față individul, în detrimentul familiei și a comunității din care acesta face parte. Statul este cel care îți oferă protecție astăzi, și nu familia, statul este cel care te îngrijește pe baza asigurărilor de sănătate, și nu familia, statul îți va plăti pensia la bătrânețe, și nu familia. Asistăm astfel la un transfer de responsabilitate din sectorul familiei și al comunității locale, către individ. Astăzi există toate pârgurile necesare ca să îți gestionezi singur viitorul, cu ajutorul statului, în dauna relației de familie. Departe de mine ideea de a discredita familia, ca entitate morfofuncțională a societății. De fapt, eu deplâng diminuarea accentului pe care societatea actuală îl pune pe

familie, în dauna celui pe care îl pune pe individ. Pentru a merge mai departe, societatea vrea indivizi puternici și nu familii puternice.

Hai să vedem de unde a apărut sclifoseala ca element cultural în România! În primul rând, după 50 de ani de comunism, România a ajuns săracă și needucată, raportat la celelalte țări europene, în special la cele din Europa de Vest. România este astăzi deficitară în multe privințe, pornind de la educația economică, până la cea a familiei și a relațiilor dintre oameni. În societățile sărace, frumusețea este un bun care poate și trebuie să fie valorificat. În astfel de societăți, frumusețea este cel mai adesea un bilet către o viață mai bună, dar asta doar dacă știi cum să îl folosești. Acest lucru este cel mai ușor de observat în Republica Moldova. Din punct de vedere economic, Republica Moldova este cu 15-20 de ani în urma României. Nu sunt nici membri NATO, nici membri ai Uniunii Europene, în schimb sunt sub o puternică influență a Rusiei, cum a fost și România până în 1989, dacă nu chiar până în 2004, când am intrat oficial în NATO.

Astfel, femeile moldovence au ca prim obiectiv să arate bine, prin asta ele înțeleg să își expună și să-și folosească la maximum feminitatea. Se spune că în Republica Moldova, chiar și atunci când merge să cumpere o pâine de la supermarket, o femeie se aranjează: își pune haine frumoase, tocuri și se machiază. Practic, ea nu vrea să rateze niciun moment în care se poate face remarcată și poate trage biletul câștigător. Departe de mine promovarea ideii că femeile se limitează la a profita de frumusețea lor fizică, în dauna frumuseții umane. Ele însă aplică în mod inconștient o observație pe care a făcut-o și Voltaire: „Frumusețea este o scrisoare de recomandare pe care natura o dă favoriților ei”.

Același lucru se întâmplă și în România. Motivul pentru care am luat în discuție Republica Moldova este pentru că aspectele economice influențează modul de exprimare al feminității și aderența la conceptul feminist. Mergând de la Est la Vest, pe măsură ce dezvoltarea economică avansează, comportamentul femeilor devine tot mai relaxat în ceea ce privește exprimarea feminității. Dacă alegem să comparăm o femeie din SUA sau Germania cu o femeie din România, Republica Moldova sau Ucraina, vom vedea câte diferențe culturale există în materie de îngrijire corporală, de prezentare, de exprimare a feminității. În societățile dezvoltate economic, femeia nu mai are nevoie să își etaleze

și să își exprime frumusețea, decât poate **dacă lucrează în showbiz**, întrucât are toate mijloacele de a se auto susține și nu are nevoie de nimic în plus.

Ori pentru noi, românii, fix modestia în care trăim ne face viața mai frumoasă. Femeile noastre sunt mai slabe, mai îngrijite, mai atente, mai feminine și nu în ultimul rând mai frumoase, iar pentru a mă bucura de asta nu e nevoie să fie ale mele, ci este suficient să întreprind o vizită la un supermarket la o oră de vârf.

Deci primul argument pentru sclifoseală este faptul că femeile românce sunt frumoase și sunt conștiente de asta. Al doilea argument este "efectul Hollywood". Americanii urmăresc filme de la Hollywood de mai bine de 100 de ani și s-au prins că filmul nu are legătură cu realitatea. Românii urmăresc filme americane de 30 de ani și sunt convinși că viața poate și trebuie să fie ca în filme. Cum romantismul este îmbrățișat și exprimat mai bine de către femei, putem prezuma că femeile românce își doresc să trăiască o viață ca-n filme. Filme precum Pretty woman, The Notebook, Titanic au lăsat urme adânci și nimeni nu le-a învățat pe fetițele care au urmărit aceste pelicule că viața este mai complicată, că bebelușii fac un caca ce miroase tare urât și plâng fără a se face înțeleși, că sexul cu stomacul gol are șanse mai mici de reușită, că ratele la bancă arareori se plătesc din banii câștigați la loto sau la pariuri, că după cinci ani de stat împreună poți ajunge să îl detești pe cel pentru care ți-ai fi dat sufletul, cu aceeași intensitate cu care l-ai iubit.

Mai intră în scenă și elementele culturale românești autentice. Ca mai toate societățile lumii, și societatea românească a trecut printr-o perioadă în care divorțul era stigmatizat social. O femeie din România anilor `60, `70, `80 și chiar `90 ar fi acceptat fără ezitare un soț violent, alcoolic sau afemeiat doar pentru a crește copiii împreună. Imaginea unui cuplu separat în societatea românească era mai greu de dus decât experiențele domestice, oricât de grele ar fi fost acestea.

Mai mult decât atât, femeile care rămâneau văduve sau care divorțau în cele din urmă, alegeau să nu își mai refacă viața de cuplu sau, dacă se întâmpla să și-o refacă, era ținută în cel mai mare secret. După modelul Vitoriei Lipan din Baltagul și al Mariei Dinului din Fefelega, societatea românească a avut mai mereu un mare respect pentru femeile care se sacrifică de **dragul copiilor** și renunță la ele

însele, pentru a se pune complet în slujba progeniturilor lor. Toate acestea, coroborate și cu credințele religioase ale Bisericii Ortodoxe, conform cărora o femeie ar trebui să întrețină raporturi sexuale cu un singur bărbat, iar asta numai după oficierea căsătoriei și doar în scopul procreării, femeile din România doresc minimizarea pe cât posibil a numărului de parteneri. A fi văzută frecvent în compania unor alți bărbați, o etichetează drept promiscuă, ori pentru o femeie din România aceasta este cea mai de nedorit dintre etichete.

Soluția găsită de către acestea este ridicarea superficială a standardelor, în speranța că vor descuraja astfel intrușii care sunt acolo doar pentru a culege rezultate rapide. Voi aborda pe parcursul cărții procesul de selecție al femeilor și voi arăta de unde vine acest tipar comportamental. Până atunci, pot spune că românele sunt printre cele mai neprietenos femeii cu străinii. Iar când spun străini, nu mă refer la bărbați de altă naționalitate, deși paradoxal un american ar avea o trecere mai ușoară în fața unei femei, ci la bărbații pe care aceasta nu îi cunoaște. În mod nativ, prima reacție a unei femei când simte că este privită de un bărbat necunoscut este aceea de a îi întoarce spatele și de a fi indiferentă.

Toate acestea, plus multe altele pe care le vom descoperi pe parcurs, mă îndreptățesc să emit următoarea teoremă: În România femeile sunt sclifosite! Care femei? Toate! Absolut toate.

Tipuri de sclifosite

Dacă este ceva ce își dorește fiecare femeie, acel lucru este să fie unică. În această eră a globalizării, o femeie ar plăti cu sânge ca nicio altă femeie să nu mai aibă hainele și pantofii ei, ca fiecare bijuterie pe care o poartă să fie unică, ca modul în care își prinde părul să nu poată fi reprodus de celelalte femei. La nivel psihologic, unicitatea imaginii ar scoate-o în evidență și ar face-o ușor de remarcat și de ținut minte de către potențialii parteneri, dar mai ales de către celelalte femei, căci știm deja că o femeie nu se aranjează pentru a fi remarcată de către bărbați, ci pentru a fi remarcată și invidiată de către celelalte femei. Invidia feminină este precum dulciurile: știi că nu îți face bine, dar nu te poți abține.

Cu toate acestea, tiparele noastre comportamentale nu sunt într-atât de diferite și putem identifica ușor anumite tipologii care se fac remarcate. De-a lungul timpului am primit nenumărate mesaje prin care mi se solicita să aprofundez studiul sclifositelor, căci aparent femeilor le place să se regăsească în această clasificare. Asta doar pentru acelea dintre femei care au simțul umorului și care au înțeles că termenul de sclifosită nu este în niciun caz o ofensă adusă imaginii și identității lor umane.

Sclifosita care face sală. Într-o țară în care imaginea este totul, acest tip de sclifosite este printre cel mai întâlnit. Această tipologie feminină face din forma trupului propria-i religie, iar corpul și proporțiile acestuia îi sunt altar. Ea merge frecvent la sală și investește

sume considerabile în cele mai spectaculoase echipamente sportive. Colanți, bustieră, mănuși, pantofi sport, toate de firmă, aici lucrurile putând lua două direcții. Unele merg pe linia clasică cu branduri precum Nike, Adidas, Under Armour (mai nou), iar altele, care vor să epateze, folosesc echipament produs de Dior, Fendi, Burberry, Prada sau Louis Vuitton și alte asemenea branduri care le poziționează mai sus pe piață. Să nu ne amăgim că vizita acestei sclifosite la sală are vreo legătură cu sportul. Este foarte posibil să facă 2-3 exerciții, pentru că ea oricum arată foarte bine, dar scopul principal este să își facă o fotografie, fie în vestiar, fie în sală, pe care să o posteze pe Instagram și/sau pe Facebook și prin intermediul căreia să transmită următoarele mesaje: primul mesaj este adresat, firește, celorlalte femei, cu precădere prietenelor ei cele mai bune sau femeilor din grupul restrâns de prieteni, și spune cam așa: „Uitați-vă cum arăt și luați notă de cât efort fac pentru a mă menține în această formă. Nu mă mai judecați atunci când mănânc dulciuri, pentru că în spatele acestei plăceri este multă muncă”. Al doilea mesaj este pentru bărbați și sună astfel: „Sunt singură și disponibilă și nici de Black Friday nu ai mai avut ocazia de a pune mâna pe ceva atât de prețios. Nu rata ocazia!”.

Amuzant este faptul că, dacă, să spunem, după această postare îi scriu 10 bărbați, ea nu îi va răspunde niciunuia. Va face o analiză sumară, bazată pe aspectul fizic, însumat cu ce spun simțurile ei de femeie și va lăsa ferestrele de chat cu *seen*. De fapt, satisfacția ei constă în numărul de mesaje și de reacții primite, căci ea, cu adevărat, nu caută pe cineva sau dacă într-adevăr caută, nu îl vrea din online (voi explica în capitolul următor de ce).

Sclifositele cu alergie la deschisul ușii de la frigider.

Aceasta nu este o tipologie feminină, ci mai degrabă o boală rară care afectează 1 la 100.000 de femei. Practic, această sclifosită nu poate mânca niciodată fasole cu ciolan, varză călită, tocăniță de cartofi, brânză cu mămăligă, musaca sau alte asemenea mâncăruri, parte a culturii noastre. Este alergică la astfel de mâncăruri și probabil ar muri dacă papilele ei ar atinge vreuna dintre ele. Ce să mai spun că dacă deschide ușa de la frigider pentru a-și face un sandwich cu șuncă și cașcaval moare de inimă rea, înainte de a veni SMURD-ul. Această sclifosită preferă să mănânce numai pe bază de stele Michelin, molecular sau fusion, dar atunci când este în criză și îi scade rău glicemia, acceptă și

un chef de 5 stele. Ea se întreține preponderent cu fructe de mare, dar din dieta ei nu lipsesc: Saint Jacques, steak de vită, bluefin tuna tartar, rapane la tige, black cod marinat în miso cu piure de gulie, bacalhau, risotto cu dovlecei, alune și cafea, tagliatele cu vită și sos de șofran, tuna tataki cu sos ponzu jalapenos, ramen Yokohama etc., pe care le documentează extrem de bine. Nicio masă nu începe fără a fotografia *dish*-ul și a-l posta în online, cu geolocație, astfel încât să știe toată lumea unde mănâncă și cât a costat.

Sclifosita microbistă este de părere că fotbalistii sunt prostuți și nu prea ai ce face cu ei pe termen lung, dar cu toate acestea este prezentă la toate meciurile jucate pe stadion, pasiunea ei fiind într-atât de mare, încât uneori, merge și la meciurile din divizia C sau D. Dacă la sală se duce îmbrăcată sport, ei bine, la stadion se aranjează, cu părul făcut și pe tocuri de 12 cm. Aceste sclifosite sunt într-o continuă căutare a giuvaierului de pe Nill (după filmul cu același nume din 1985, cu Michel Douglas, Danny DeVito și Kathleen Turner), respectiv a fotbalistului talentat, deștept și cu bani. În eventualitatea posibilă, dar puțin probabilă, în care nu reușesc să ajungă la stadion, pentru că are rezervare la Loft, ea se va poza uitându-se la meci acasă, pe canalul de sport, împreună cu prietenele ei, sărbătorind pe story orice reușită a fotbalistului pe care îl vânează.

Sclifosita PVC. Policlorura de vinil (C_2H_3Cl) cu numele prescurtat PVC este o substanță din categoria materialelor termoplastice cu o structură amorfă. Sunt două forme de PVC, "forma dură" și "forma moale", la care s-au adăugat stabilizatori [3]. Sâni, buzele, pomeții, fundul, șoldurile, abdomenul, toate acestea fac parte din arsenalul transformărilor feminine și ajung, mai devreme sau mai târziu, să fie din plastic. Sunt cât se poate de onest, și superficial pe alocuri, încât să spun că nu am nicio problemă cu astfel de ajustări / îmbunătățiri, doar că 0.4 ml în buze se transformă în 0.6 ml data următoare, care urmat de 1 ml, apoi 1.2 ml, până când ajungi să fii convins că astăzi ai urcat în lift cu un babuin. Scăpate de sub control, aceste sclifosite ating ridicolul și nimeni nu pare să le informeze asupra acestui aspect.

Sclifosita de tip altar. Femeia asta are o părere bună despre aspectul ei fizic, căci majoritatea postărilor ei sunt de tip selfie, cu machiajul perfect, din unghiul perfect. Acestei sclifosite nu i-a plăcut

niciodată un peisaj sau o floare sau un copil, pe atât de mult cât îi place propria-i față, încât să posteze altceva. Dacă derulezi pe profilul ei de Instagram, nu vezi nimic altceva decât chipul ei prețios, din diverse unghiuri (toate avantajoase), într-un altar online, pe care și-l construiește și îl venerează de una singură.

Sclifosita influencer. Una dintre cele mai râvnite dorințe ale tinerilor din zilele astea este să devină influenceri. Femeile au o șansă în plus în această linie de business, nu doar pentru că au de partea lor aspectul fizic, ci mai degrabă pentru că pot polariza ambele sexe. După cum am spus mai sus, ele sunt urmărite atât de celelalte femei, care nu vor să o lase să ia avans, cât și de bărbații atrași de farmecele lor. Ca influencer bărbat, pot spune că ceilalți bărbați nu se înghesuie să urmărească un bărbat, pentru că pur și simplu nu e în natura noastră să facem acest lucru. Egoul masculin nu prea permite primirea lecțiilor de viață de la alt bărbat, cu care eventual te afli în competiție.

Revenind la sclifositele influencer, acestea par a avea viața perfectă. Se așează la tot felul de evenimente, mereu într-o altă rochie, cu machiajul perfect, sunt urmărite de fotografi,enerate de către bărbați și invidiate de Zei. Asta e ceea ce se vede din afară. Partea nevăzută, și pe care ți-o garantez eu, este că trei sferturi dintre ele udă perna în fiecare seară când merg la culcare, după ce și-au dat jos stratul de glet de pe față, folosind un milion de produse de îngrijire personală. De ce plâng? Pentru că viața nu ne iartă pe niciunul și singurătatea este o piatră greu de dus pentru majoritatea dintre noi.

Postând perfecțiunea, unele dintre aceste sclifosite ajung să cadă în capcana propriei imagini, uitând că majoritatea lucrurilor pe care le au sunt temporare, dacă nu chiar pe barter, că viața nu este perfectă, precum fotografiile lor, ci mai degrabă viața este cu coșuri, dureri de burtă, conflicte, insatisfacții de moment sau de lungă durată, cu plâns, cu râs, cu boli, cu bune și cu rele. Eu unul nu îi invidiez pe influenceri, pentru că mulți dintre aceștia ajung să își creeze un univers al lor, în care foarte greu reușește cineva să mai pătrundă.

Pe de altă parte, bărbații sunt mega speriați când vine vorba de aceste femei, căci lor li se pare că nu prea mai au ce să le ofere, dat fiind faptul că ele au deja totul. Până să ajung să scriu o carte pentru bărbați, îmi permit să strecur aici un sfat: Băieți, dați-le o îmbrățișare! Din astea nu au!