

VENDA INTERASSISTENCIAL (INTERASSISTENCIOLOGIA)

I. Conformática

Definologia. A *venda interassistencial* é o contato interconsciencial de bases cosmoéti- ca, mentalsomática, tarística e descenciológica, com o objetivo de ofertar produto consciencioló- gico na condição de proposta evolutiva prioritária, realizado pela conscin voluntária quando infor- ma, responde, esclarece, assiste ou desassedia outra conscin na condição de compassageira evolu- tiva, sendo a compra efetivada ou não.

Tematologia. Tema central homeostático.

Etimologia. A palavra *vender* deriva do idioma Latim, *vendere*, “vender; gabar-se de; dar valor a; elogiar; enaltecer a mercadoria”. Surgiu no Século IX. O prefixo *inter* procede tam- bém do idioma Latim, *inter*, “no interior de 2; entre; no espaço de”. O termo *assistência* provém do mesmo idioma Latim, *assistentia*, “ajuda; socorro”, e este de *assistens* ou *adsistens*, particípio presente de *assistere* ou *adsistere*, “estar ou conservar-se de pé junto a; estar presente; compare- cer; assistir em juízo; assistir à cabeceira; estar ao pé do leito; estar à porta de alguém”. Apareceu no Século XVI.

Sinonimologia: 01. Transação tarística. 02. Oferta evolutiva. 03. Negociação cosmoé- tica. 04. Venda proexológica. 05. Venda verbaciológica. 06. Venda honesta; venda transparente. 07. Venda desinteressada. 08. Venda legal (Direito). 09. Transação evolutiva. 10. Venda verpo- nológica.

Cognatologia. Eis, na ordem alfabética, 52 cognatos derivados do vocábulo *venda*: *auto- vendagem*; *invendabilidade*; *invendável*; *invendível*; *pós-venda*; *pré-venda*; *retrovenda*; *retroven- dedor*; *retrovendedora*; *retrovender*; *retrovenção*; *revenda*; *revendedeira*; *revendedor*; *reven- der*; *revendação*; *revendido*; *revendilhão*; *revendilhona*; *revendível*; *vendabilidade*; *venda-floren- se*; *vendagem*; *venda-novense*; *vendável*; *vendedeira*; *vendedoiro*; *vendedor*; *vendedora*; *vende- douro*; *vendeira*; *vendeiro*; *vendelhão*; *vendeouro*; *vender*; *vendeuse*; *vendível*; *vendibilidade*; *vendação*; *vendida*; *vendidiço*; *vendido*; *vendiento*; *vendilhão*; *vendilhoa*; *vendilhona*; *vendimen- to*; *vendinha*; *vendista*; *vendível*; *vendola*; *vendor*.

Neologia. As 3 expressões compostas *venda interassistencial*, *venda interassistencial ta- conística* e *venda interassistencial tarística* são neologismos técnicos da Interassistenciologia.

Antonimologia: 01. Transação taconística. 02. Venda puramente comercial. 03. Venda capitalista. 04. Venda de indulgências; venda de milagres; venda salvacionista. 05. Discurso de- corado de venda. 06. Venda demagógica; venda obscura. 07. Convencimento. 08. Negociata; venda espúria; venda ilegal. 09. Transação financeira. 10. Sedução holochacral anticosmoética.

Estrangeirismologia: o *good deal* evolutivo; o *merchandising*; o *strong profile* do ven- dedor exemplarista; o *gap* evolutivo entre os produtos da CCCI e os produtos da Socin ainda pa- tológica; as boas práticas de *Customer Relationship Management (CRM)*; os sistemas de informa- ção *Enterprise Resource Planning (ERP)*; a *prospect base*; a *vending machine*; a *information and communication technology (ICT)*; o *front* da batalha no desassédio da chegada dos intermissivis- tas; o *sales representative*; os produtos *on sale*.

Atributologia: predomínio das percepções extrassensoriais, notadamente do autodiscer- nimento quanto à paraperceptibilidade interassistencial.

Megapensologia. Eis 2 megapensenes trivocabulares sintetizando o tema: – *Autevolu- ção: megaproduto invendável. Exemplarismo: melhor propaganda.*

II. Fatuística

Pensenologia: o holopensene pessoal da racionalidade e da lógica; o holopensene pesso- al da experiência evolutiva; o holopensene pessoal empático; o holopensene acolhedor das energi- as conscienciais (ECs); o holopensene da autocientificidade conscienciológica; os paratecnopen-

senes; a paratecnopensenidade; os tecnopenses; a tecnopensenidade; os benignopenses; a benignopensenidade; os parapsicopenses; a parapsicopensenidade; os ortopenses; a ortopensenidade; a retilinearidade autopensênica.

Fatologia: a venda interassistencial; a venda interassistencial na Socin; os produtos conscienciológicos no mercado das oportunidades evolutivas; a venda universalista, por parte dos voluntários da Conscienciologia, de produtos de diversas linhas de conhecimento, quando assistenciais e enriquecedores; a microminoria de intermissivistas constituindo a maioria dos consumidores dos produtos conscienciológicos; a impossibilidade atual de massificação da Conscienciologia (Ano-base: 2011); o primeiro desassédio dos cursos de Conscienciologia; a procura da melhor abordagem; a importância do *telemarketing* e do corpo a corpo; a propaganda de boca em boca; a indicação de produto conscienciológico como prescrição evolutiva para atender a necessidade assistencial prioritária no contexto existencial; o ato de abrir mão da venda do produto em função da real demanda do assistido; o ato de entrar em contato para divulgar determinado produto e vender outro; o ato de não omitir a informação prioritária ao colega intermissivista; as responsabilidades por trás da venda; o autodiscernimento do vendedor objetivando ampliar a lucidez do cliente, ajudando-o a decidir por si sobre a compra ou não do produto; a evitação do autofracasso deslocado; o dilema cosmoético na análise das propostas financeiras (Parapedagogiologia); a concessão de cortesias; as priorizações evolutivas; os pedágios evolutivos; a minitares; o esforço pesquisístico na ampliação do entendimento da assistência proporcionada pelo produto conscienciológico oferecido; o diagnóstico antecipado da temática assistencial do evento através do trabalho de vendas das inscrições; o enriquecimento da autopesquisa; a emissão do recibo; os impostos associados à venda (Holocarmologia); a integração com o grupo evolutivo através da compra de produto conscienciológico, veículo de atuação do agente retrocognitor; as vendas interassistenciais das gescons dos autores conscienciológicos sendo semeadura das colheitas intrafísica e intermissiva; o curso *Vendas Interassistenciais* (IIPC); o planejamento estratégico interassistencial da Instituição Conscienciocêntrica (IC); o convite ao intermissivista; os *banhos de loja* recebidos pelos visitantes de Foz do Iguaçu, PR, como amostra-grátis da vida na Cognópolis; a tempestade publicitária cosmoética (Maxiproexologia).

Parafatologia: a autovivência do estado vibracional (EV) profilático; a sinalética energética e parapsíquica pessoal; as ECs como o paracartão de visitas do voluntário vendedor; o acoplamento paratécnico com o amparador extrafísico de função; a lealdade ao amparo de função; o valor dado pelos amparadores ao trabalho de vendas; a escolha do vendedor pelo amparador do assistido em função do exemplarismo das autorreciclagens; o desenvolvimento parapsíquico do voluntário a partir da interassistência profissional no setor de vendas; a abordagem bioenergética; a sedução holochacral cosmoética; o setor de vendas como teste de assunção da paraidentidade interassistencial; a representatividade multidimensional; o despertar para o fim da privacidade extrafísica; o início do evento a partir da venda das inscrições; a inscrição do aluno legitimando a assistência interdimensional; o parapagamento do curso com as ECs; o preço da evolução, não monetário; as ECs sendo moeda do mercado extrafísico; o paravínculo com as equipexes dos cursos da CCCI; a paravenda interassistencial do *Curso Intermissivo* (CI); o saldo da ficha evolutiva pessoal (FEP) como poder de paracompra do próximo *Curso Intermissivo*, mais avançado.

III. Detalhismo

Sinergismologia: a *comunicação sinérgica*; o *sinergismo produto conscienciológico–necessidade evolutiva*; o *sinergismo das ideias afins*; o *sinergismo pedagógico autoridade moral–força presencial–casuística pessoal*; o *sinergismo fazer assistência–ser assistido*; o *sinergismo gratidão do assistido–gratidão do assistente–gratidão dos amparadores*; o *sinergismo entre os voluntários da IC potencializando as vendas interassistenciais*.

Principiologia: o *princípio teático da descrença*; o *princípio pesquisístico da não-generalização das experiências*; o *princípio interassistencial da IC não deixar o interessado sem par-*

ticipar de curso por motivos financeiros; o princípio do exemplarismo pessoal (PEP); o princípio cosmoético da irresistibilidade evolutiva; o princípio da evolução grupal.

Codigologia: o código de defesa do consumidor; os códigos de ética profissional; o código de valores pessoais; o código de etiqueta social; o código pessoal de Cosmoética (CPC); o código grupal de Cosmoética (CGC); o código evolutivo dos intermissivistas.

Teoriologia: a teoria e a prática da interassistencialidade; a teoria da recuperação dos cons; a teoria da informação; as teorias mercadológicas.

Tecnologia: a Cosmoética aplicada às técnicas de vendas; as tecnologias aplicadas às vendas interassistenciais; os procedimentos técnicos energossomáticos; as técnicas de comunicação interconsciencial; as técnicas de desassediabilidade intra e interconsciencial; as técnicas autoconsciencioterápicas; as técnicas profiláticas aplicadas à logística dos produtos conscienciológicos; a técnica do conscienciograma.

Voluntariologia: o voluntariado como empreendedorismo intermissivista; a docência itinerante.

Laboratoriologia: o laboratório conscienciológico da Experimentologia; o laboratório conscienciológico da Comunicologia; o laboratório conscienciológico da Conviviologia; o laboratório conscienciológico da Interassistenciologia; o laboratório conscienciológico da Mentalso-matologia; o laboratório conscienciológico da Recexologia; o laboratório conscienciológico da vida cotidiana; o laboratório conscienciológico da diferenciação pensênica; o laboratório conscienciológico da Desassediologia.

Colegiologia: o Colégio Invisível dos Voluntários Pesquisadores; o Colégio Invisível da Interassistenciologia.

Efeitologia: o efeito das verdades relativas de ponta; os efeitos imediatos e mediatos da tares; os efeitos renovadores dos produtos conscienciológicos bem vendidos e consumidos na pensenosfera dos clientes; os efeitos gratificantes e evolutivos da venda interassistencial.

Neossinapsologia: a recuperação das neossinapses intermissivas; as neossinapses surgidas a partir do esclarecimento realizado pela venda interassistencial.

Ciclogia: o ciclo assistência taconística–assistência tarística; o ciclo Curso Intermis-sivo–Cursos da CCCI; o ciclo elaboração–divulgação–venda–consumo; o ciclo pré-venda–venda–pós-venda; o ciclo assistência recebida–venda interassistencial–assistência retribuída; o ciclo experimental abordagem–diagnóstico–prescrição; o ciclo assim–desassim.

Enumerologia: a venda casada; a venda acertada; a venda ectópica; a venda antecipada; a venda cancelada; a venda promocional; a venda recorde. O cenário; o clima; a comissão; a cli-entela; a logística; o preço; o produto; o vendedor.

Binomiologia: o binômio público–alvo–território de vendas; o binômio custo–benefício; o binômio professor–aluno; o binômio autor–leitor; o binômio autoconfiança–heteroconfiança; o binômio perfil–especialidade; o binômio verdade–limite.

Interaciologia: a interação vendedor–cliente; a interação vendedor interassistencial–amparo extrafísico de função; a interação amparador do assistido–amparador de função; a in-teração pergunta–resposta; a interação autodesassédio–heterodesassédio; a interação laringo-chacra–aparelho vocal; a interação meta–resultado.

Crescendologia: o crescendo venda materiológica–venda evolutiva; o crescendo produ-to básico–produto avançado; o crescendo assistido–assistente; o crescendo aluno comprador–professor vendedor; o crescendo leitor comprador–autor vendedor; o crescendo crítica–rejei-ção–desinteresse ao produto ofertado.

Trinomiologia: o trinômio interassistencial acolhimento–orientação–encaminhamento; o trinômio vontade–intencionalidade–discernimento; o trinômio compra–venda–doação; o trinô-mio Teaticologia–Conformática–Verbaciologia; o trinômio sinergismo grupal–logística eficiente–paratecnologias de vendas; o trinômio empatia receptiva–empatia parapsíquica–empatia trafo-rista; o trinômio cliente–freguês–usuário.

Polinomiologia: o polinômio pessoa certa–local correto–momento oportuno–informa-ção providencial; o polinômio expressivo postura–voz–olhar–gesto; o polinômio social por favor–obrigado–desculpe–com licença; o polinômio do pagamento preço–parcelamento–prazo–forma.

Antagonismologia: o *antagonismo profissionalismo / amadorismo*; o *antagonismo etológico etiqueta / inconveniência*; o *antagonismo paciência-persistência / ansiosismo-insistência*; o *antagonismo intenção de informar / intenção de convencer*; o *antagonismo esclarecer / silenciar*; o *antagonismo omissão superavitária / omissão deficitária*; o *antagonismo heterodesassédio / estupro evolutivo*; o *antagonismo bom exemplo / mau exemplo*; o *antagonismo valor evolutivo / valor monetário*; o *antagonismo lucidez cronológica / lucro financeiro*; o *antagonismo entrega / devolução*; o *antagonismo formar turma / encher turma*; o *antagonismo venda fácil / venda difícil*; o *antagonismo amaurótico às ideias da Conscienciologia*.

Paradoxologia: a *venda paradoxal da palestra pública gratuita*; o *paradoxo de toda formação evolutiva à venda estar, a rigor, disponível, gratuitamente, o tempo todo*; o *paradoxo do exemplarismo silencioso constituir verdadeiro discurso de venda aos mais percutientes*; o *portfólio farto de produtos criando o paradoxo da escolha*; o *paradoxo de aplicar a lei do maior esforço para cumprir a meta de vendas estabelecida e ao mesmo tempo colocá-la em segundo plano na assistência*.

Politicologia: a *interassistenciocracia*; a *parapsicocracia*; a *autodiscernimentocracia*; a *autopesquisocracia*; a *argumentocracia*; a *cosmoeticocracia*; a *evolucioocracia*; a *paracienciocracia*.

Legislogia: a *lei do maior esforço evolutivo*; a *lei das interprisões grupocármicas*; as *leis da Fisiologia Humana*; a *lei da empatia*; as *leis da Paradireitologia*; as *leis da Paradiplomacia*.

Filiologia: a *conviviofilia*; a *comunicofilia*; a *tecnofilia*; a *bibliofilia*; a *neofilia*; a *lucido-filia*; a *proexofilia*.

Fobiologia: a *fobia ao desassédio*; a *parapsicofobia*; a *fobia à autexposição pública*; a *re-cexofobia*; a *evoluciofobia*.

Sindromologia: o *não incentivo à síndrome do consumismo*.

Maniologia: a *bibliomania*.

Mitologia: os *mitos de cunho religioso desqualificando a relação da consciência com o dinheiro*; a *desmitificação do processo de vendas*; o *mito de fazer assistência significar agradecer sempre*.

Holotecologia: a *interassistencioteca*; a *convivioteca*; a *energossomatoteca*; a *comunioteca*; a *consciencioteca*; a *administrotecia*; a *economoteca*.

Interdisciplinologia: a *Interassistenciologia*; a *Experimentologia*; a *Verponologia*; a *Intencionologia*; a *Cosmoeticologia*; a *Parapercepciologia*; a *Mentalsomatologia*; a *Autodiscernimentologia*; a *Conscienciometrologia*; a *Coerenciologia*; a *Priorologia*; a *Etologia*; a *Comunicologia*; a *Energossomatologia*; a *Sociologia*; a *Economologia*; a *Infocomunicologia*.

IV. Perfilologia

Elencologia: a *conscin eletrônica*; a *conscin lúcida*; a *conscin large*; a *isca humana lúcida*; o *ser desperto*; o *ser interassistencial*.

Masculinologia: o *acoplamentista*; o *agente retrocognitor*; o *amparador intrafísico*; o *atacadista consciencial*; o *autodecisor*; o *intermissivista*; o *cognopolita*; o *compassageiro evolutivo*; o *completista*; o *comunicólogo*; o *conscienciólogo*; o *conscienciômetra*; o *consciencioterapeuta*; o *macrossômata*; o *conviviólogo*; o *duplista*; o *duplólogo*; o *proexista*; o *proexólogo*; o *reeducador*; o *epicon lúcido*; o *escritor*; o *evoluciente*; o *exemplarista*; o *intelectual*; o *reciclante existencial*; o *inversor existencial*; o *maxidissidente ideológico*; o *tenepessista*; o *offeixista*; o *parapercepciólogista*; o *autopesquisador*; o *pré-serenão vulgar*; o *projeto consciente*; o *sistemata*; o *tertuliano*; o *verbetólogo*; o *verbetógrafo*; o *voluntário*; o *tocador de obra*; o *homem de ação*; o *cliente evolutivo*; o *divulgador científico*; o *informante*; o *designer gráfico*; o *salesman*.

Femininologia: a *acoplamentista*; a *agente retrocognitora*; a *amparadora intrafísica*; a *atacadista consciencial*; a *autodecisora*; a *intermissivista*; a *cognopolita*; a *compassageira evolu-*

tiva; a completista; a comunicóloga; a consciencióloga; a conscienciômetra; a consciencioterapeuta; a macrossômata; a convivióloga; a duplista; a duplóloga; a proexistista; a proexóloga; a reeducadora; a epicon lúcida; a escritora; a evoluciente; a exemplarista; a intelectual; a reciclante existencial; a inversora existencial; a maxidissidente ideológica; a tenepessista; a ofiexista; a parapercepcilogista; a autopesquisadora; a pré-serenona vulgar; a projetora consciente; a sistemata; a tertuliana; a verbetóloga; a verbetógrafa; a voluntária; a tocadora de obra; a mulher de ação; a cliente evolutiva; a divulgadora científica; a informante; a *designer* gráfica; a *saleswoman*.

Hominologia: o *Homo sapiens assistens*; o *Homo sapiens comunicologus*; o *Homo sapiens energossomaticus*; o *Homo sapiens tenepessista*; o *Homo sapiens maxifraternus*; o *Homo sapiens experimentatus*; o *Homo sapiens paraperceptivus*; o *Homo sapiens verbatiologus*; o *Homo sapiens exemplar*; o *Homo sapiens perquisitor*.

V. Argumentologia

Exemplologia: venda interassistencial *taconística* = a realizada com predomínio do emprego de recursos amadores, elementares, psicossomáticos, próprios da tarefa da consolação; venda interassistencial *tarística* = a realizada com predomínio do emprego de recursos profissionais, técnicos, mentaissomáticos, próprios da tarefa do esclarecimento.

Culturologia: a *cultura científica*; a *cultura do consumo evolutivo*; as *especificidades culturais dos grupos sociais e localidades*; a *Multiculturologia da interassistencialidade*.

Etologia. À luz da *Cosmoeticologia*, eis, por exemplo, na ordem alfabética, 9 posturas, comportamentos, procedimentos ou ocorrências incompatíveis com os critérios interassistenciais dos trabalhos conscienciocêntricos, com impacto direto nas vendas, necessitando de autocrítica máxima por parte da conscin voluntária, a fim de eliminá-los:

1. **Atraso:** o atraso no cálculo da tabela de preços dos produtos; o atraso no fechamento de contratos para realização dos eventos; o atraso na compra do material para os eventos.
2. **Bagunça:** o excesso de objetos no ambiente; a desarrumação física; a poluição visual; a presença de bagulhos energéticos.
3. **Banalização:** a desvalorização do produto cosmoético ofertado pela IC.
4. **Desorganização:** a falta de padronização dos processos institucionais; a falta da estocagem técnica de material para os eventos.
5. **Entropia:** a dificuldade em buscar e seguir o consenso grupal; as fofocas; a ausência de acareações.
6. **Indefinição:** as indefinições quanto às datas e à escala do corpo docente.
7. **Ineficiência:** a impontualidade; a procrastinação; o retrabalho; a reunioneite.
8. **Irresponsabilidade:** a negligência quanto à consulta ao cadastro do setor de Apoio a Voluntários e Alunos (AVA); o não cumprimento dos pré-requisitos e critérios de participação nos cursos; a negligência quanto aos critérios de segurança dos eventos.
9. **Ruído:** a documentação falha ou inexistente; a falta de consistência dos dados cadastrados no sistema de informação *online* da IC; a desatualização das listas de divulgação; a falta de controle de versão dos documentos.

Taxologia. De acordo com a *Intrafisiologia*, eis, em ordem alfabética, 8 categorias de produtos conscienciológicos:

1. **Associação:** o programa *Amigos da Enciclopédia* e benefícios (Ano-base: 2011).
2. **Atendimento consciencioterápico:** a heteroconsciencioterapia clínica da *Organização Internacional de Consciencioterapia* (OIC).
3. **Evento paracientífico:** os congressos; as jornadas; os fóruns; os simpósios; os debates; os encontros presenciais dos Colégios Invisíveis.
4. **Evento parapedagógico:** as palestras; as aulas; os cursos; as conferências.

5. **Experimento laboratorial:** a autopesquisa; os experimentos laboratoriais nos *campi* conscienciológicos.

6. **Gescon:** os livros; os tratados; os anais dos eventos científicos; os periódicos; a *Enciclopédia da Conscienciologia* (megagescon).

7. **Terrenos:** os terrenos em condomínios conscienciológicos (residência proexogênica).

8. **Tertúlias:** as tertúlias diárias, abertas e gratuitas; o *Curso de Longo Curso*.

Caracterologia. Sob a ótica da *Consciencimetrologia*, eis, por exemplo, na ordem alfabética, 25 traços ou atributos conscienciais qualificadores do trabalho de divulgação e vendas:

01. **Autoconfiança:** a convicção, pela autoconstatação, dos benefícios evolutivos dos produtos ofertados.

02. **Autodesassedialidade:** a autodesassedialidade como fator necessário para o heterodesassédio no trabalho de vendas.

03. **Autoparapsiquismo:** o autoparapsiquismo interassistencial.

04. **Autorganização:** a autorganização financeira (exemplarismo); a autorganização quanto ao tempo na antecipação dos trabalhos e nos compromissos pessoais; a logística pessoal.

05. **Autoria:** a condição de autor de curso ou livro da Conscienciologia potencializando a venda.

06. **Cientificidade:** a coerência em manter a autopesquisa em dia.

07. **Cognição:** o conhecimento aprofundado sobre os produtos ofertados.

08. **Comunicabilidade:** a dicção; a clareza; a objetividade; a assertividade.

09. **Consciencialidade:** a consciencialidade dos voluntários como melhor vitrine.

10. **Cosmoeticidade:** a conduta cosmoética (isenção) durante todo o *ciclo de venda*.

11. **Criatividade:** a conformática inovadora no processo da divulgação.

12. **Docência:** a condição de docente da Conscienciologia potencializando a divulgação dos produtos à venda.

13. **Energossomaticidade:** o domínio energético funcional.

14. **Força presencial:** a imagem pessoal; o papel das ECs homeostáticas nas vendas.

15. **Grupalidade:** a união; a amizade; a hierarquia funcional entre líderes e braços direitos; a conduta-padrão de elogiar em público e criticar em particular.

16. **Higiene:** o asseio pessoal; o ambiente limpo; a higiene pensênica.

17. **Humor:** o bom humor; a descontração apropriada; o clima agradável.

18. **Interassistencialidade:** as práticas diárias da tenepes.

19. **Liderança:** a boa gestão dos procedimentos e recursos administrativos associados às vendas; o ato de querer formar outros líderes do trabalho.

20. **Lisura:** a honestidade; a lealdade; a franqueza.

21. **Memória:** a documentação atualizada de todas as informações úteis ao trabalho.

22. **Profissionalismo:** o ato de não confundir trabalho voluntário com amadorismo ou favor.

23. **Recexibilidade:** a necessidade de reciclagens constantes por parte do voluntário vendedor.

24. **Tecnicidade:** o ato de colocar racionalidade em todos os procedimentos; os macetes técnico-administrativos.

25. **Verbação:** a teática do esforço por vivenciar multidimensionalmente as verpons embasadoras da Conscienciologia; a exposição do produto potencializada em virtude da autexperimentação; a energia potencializada na venda verbaciológica.

Tipologia. Com base na *Comunicologia*, eis, por exemplo, na ordem alfabética, 9 tipos de instrumentos ou recursos utilizados nas vendas interassistenciais:

1. **Arte:** os cartazes; os panfletos; os *banners*; os *folders*; a identidade visual; as logomarcas; o projecioline (IIPC); as capas dos livros; as embalagens dos produtos.

2. **Listas:** as listas de *telemarketing* (prospecção), de interessados, inscritos e de espera.

3. **Mídia eletrônica:** as transmissões *online* das tertúlias diárias; os anúncios pela *Internet*; os *websites*; o *e-mail marketing*; o *e-commerce*; os vídeos no canal *You Tube*; a *TV Complexis*; o *Portal da Conscienciologia*.

4. **Mídia impressa:** os anúncios e notas em jornais e revistas; o *outdoor*.

5. **Mídia radiodifusora:** as entrevistas e debates em programas de rádio.

6. **Mídia televisiva:** as entrevistas e debates em programas de TV; o programa *Ciência e Consciência*.

7. **Presencial:** o atendimento direto; o contato presencial.

8. **Recados comerciais:** os anúncios em cursos, palestras e tertúlias.

9. **Telefonia:** o *telemarketing*, ativo e receptivo.

VI. Acabativa

Remissologia. Pelos critérios da *Mentalsomatologia*, eis, por exemplo, na ordem alfabética, 15 verbetes da *Enciclopédia da Conscienciologia*, e respectivas especialidades e temas centrais, evidenciando relação estreita com a venda interassistencial, indicados para a expansão das abordagens detalhistas, mais exaustivas, dos pesquisadores, mulheres e homens interessados:

01. **Abordagem consciencial:** Experimentologia; Neutro.

02. **Abuso das energias conscienciais:** Energossomatologia; Nosográfico.

03. **Antidoutrinação:** Parapedagogiologia; Homeostático.

04. **Assistência do assistido:** Interassistenciologia; Homeostático.

05. **Assistência sem retorno:** Interassistenciologia; Homeostático.

06. **Divulgação científica:** Comunicologia; Neutro.

07. **Exemplo pedagógico:** Pedagogia; Neutro.

08. **Informação esclarecedora:** Parapedagogiologia; Homeostático.

09. **Interesse transempresarial:** Autevoluciologia; Homeostático.

10. **Lisura:** Cosmoeticologia; Homeostático.

11. **Paravínculo:** Psicossomatologia; Homeostático.

12. **Postura conscienciológica:** Autodiscernimentologia; Homeostático.

13. **Público-alvo conscienciológico:** Comunicologia; Neutro.

14. **Tempo assistencial:** Interassistenciologia; Neutro.

15. **Verbaciologia:** Consciencimetrologia; Homeostático.

***VOLUNTARIAR ATIVAMENTE EM IC SIGNIFICA VENDER
IDEIAS E PRODUTOS CONSCIENCIOLOGICOS, A PARTIR
DA AUTOCONSCIENCIALIDADE E DA APLICAÇÃO TEÁTICA
DO CPC, INDEPENDENTEMENTE DA FUNÇÃO EXERCIDA.***

Questionologia. Você, leitor ou leitora, possui constrangimento, de qualquer natureza, em oferecer produtos interassistenciais? Veste, de fato, a paracamisa da paraprocedência?

I. H.