



Chamada de Intermisivistas: Ações Inovadoras implantadas na Área da Comunicação do IIPC

Llamada a los Intermisivistas: Acciones Innovadoras Aplicadas en el Área de Comunicación del IIPC

Intermissivists Call: Innovative Actions Implemented by IIPC's Communication Department

Alexandre Aranha, Cirlei Gurgel, Tenile Vicenzi, Thiago Gutierrez

Resumo

A proposta do artigo é apresentar projetos implementados na área da comunicação do IIPC no período 2014-2015, tendo como principal objetivo o acesso a intermissivistas. Tais projetos revelaram ser recursos originais e vêm marcando novo formato de divulgação e marketing, chamando atenção pela abordagem despojada, criativa e moderna, permitindo potencializar a divulgação das ciências Conscienciologia e Projecciologia. Os resultados alcançados demonstram exemplos de assistência por atacado e empreendedorismo evolutivo viabilizados pelos projetos e ferramentas de interassistência utilizadas no acesso aos intermissivistas.

Palavras-chave: ações inovadoras; comunicação institucional; implementação de projetos; intermissivista.

Resumen

La propuesta del artículo es presentar los proyectos llevados a cabo en el área de la comunicación del IIPC en el período 2014-2015, con el objetivo principal de acceder a los intermisivistas. Tales proyectos tienen características originales y han marcado un nuevo formato de publicidad y comercialización, llamando la atención por el enfoque osado, creativo y moderno, que permite mejorar la difusión de las ciencias Conscienciología y Proyecciología. Los resultados alcanzados demuestran ejemplos de la asistencia por atacado y emprendedorismo evolutivo viabilizados por los proyectos y las herramientas de interasistencia utilizados para acceder a los intermisivistas.

Palabras clave: acciones innovadoras; comunicación institucional; ejecución de proyectos; intermisivista.

Abstract

The purpose of the article is to present the projects implemented by IIPC's Communication Department in the 2014-2015 period, aiming primarily to reach new intermissivists. These

projects have proven to be original resources in a new fashion of marketing and divulgation, standing out for its modern and creative approach, allowing to step up the disclosure of Conscientiology and Projectiology as scientific fields. The results achieved demonstrate examples of 'wholesale assistance' and 'evolutive entrepreneurship' projects were made possible by the interassistential projects and tools used in order to access intermissivists.

Keywords: innovative actions; institutional communication; intermissivist; projects implementation.

INTRODUÇÃO

Intermissivista. Segundo VIEIRA (1994; p. 604) o intermissivista é a conscin homem ou mulher que participou de algum Curso Intermissoivo, se preparando para ressomar, trazendo ideias inatas em relação a sua autoevolução e programação existencial (proéxis). As priorizações do intermissivista, quando lúcido, evidenciam o nível de aprofundamento alcançado no Curso Intermissoivo.

Zeitgeist. Percebe-se atualmente que os objetivos pessoais são determinados por interesses materiais, poder, moda, fama; na qual a tecnologia e a aceleração da informação facilmente podem desviar e dispersar o intermissivista de seus propósitos assumidos antes de ressomar.

IIPC. Aproximar o público intermissivista da sua paraprocedência e realidade multidimensional tem sido a tarefa principal do IIPC – Instituto Internacional de Projeciologia e Conscienciologia.

Senha. As pessoas não chegam à Conscienciologia apenas pela experiência projetiva, foco de estudo do IIPC, mas também são atraídas por outras ideias. Explorar tais conceitos poderia servir de “senha” para fazer o link com essas consciências.

Mídias. Percebe-se a dificuldade de aceitação, recepção e promoção de artigos, cursos, e assuntos relacionados às neociências por parte dos meios midiáticos, soando como algo místico, oculto, holístico, ou suspeito de ateísmo por adotar o princípio da descrença.

Neofobia. A neofobia ainda domina alguns setores da comunicação nacional e mundial estimulados por sentimentos religiosos e dogmáticos predominantes na população e ainda o veio capitalista mundial que não admite a existência de outros mundos, dimensões e formas de manifestação da consciência.

Tempestade publicitária. Tentativas e projetos, a exemplo da tempestade publicitária paga veiculada na Rede Globo sobre as tertúlias conscienciológicas em 2010, atraiu novas consciências ao estudo das ciências.

Questionamento. Pensando nos milhares de intermissivistas ressomados, e ainda nas que podem frequentar em breve um curso intermissivo, surgiu o questionamento: De que forma a área da comunicação institucional pode direcionar seu trabalho chamando a atenção dessas consciências para a autoconscientização multidimensional?

Diagnóstico. A comunicação do IIPC, embora bem consistente, mantinha uma linguagem mais formal e sem muito apelo estético. A partir desse diagnóstico a equipe verificou a necessidade de compor identidade única reconhecida em todos os Centros Educacionais de Autopesquisa do IIPC que repercutisse pontualmente no número de acessos todo ano.

Diretrizes. As diretrizes do projeto de chamada de intermisivistas foram elaboradas pela equipe comunicação IIPC Curitiba e apresentadas em reunião de planejamento institucional em 2014, ano de execução de sua primeira versão, estabelecendo um novo processo de comunicação na Instituição.

Metodologia. A metodologia envolveu reuniões e *brainstorms* com equipe de comunicação e relatórios de dados gerados pelo site e mídias sociais.

Objetivo. O objetivo do artigo é apresentar alguns recursos implantados na área da comunicação IIPC, bem como seus resultados voltados à divulgação das neociências Conscienciologia e Proje-ciologia que vem servindo de ponte para o acesso a maior número de intermisivistas.

Estrutura. A estrutura do trabalho contém os seguintes itens: na seção I, o histórico da implantação da Campanha de Chamada de Intermisivistas, seu planejamento, execução e resultados obtidos no ano de lançamento; na seção II, a continuação da Campanha dos Intermisivistas, incluindo a descrição do Projeto *Desafio 100 dias de Completismo*, desafio grupal via mídia social, abordando a escolha da temática e resultados obtido; na seção III, a criação do 1º. Aplicativo da Conscienciologia, o aplicativo do EV para telefone móvel, apresentando os bastidores da criação da ferramenta, lançamento e dados dos primeiros meses de uso; e, na seção IV, a utilização de recursos de anúncios virtuais e seus resultados preliminares.

I. LANÇAMENTO DA CAMPANHA DOS INTERMISSIVISTAS (2014)

Início. A ideia inicial da Campanha dos Intermisivistas surgiu durante o Encontro de Voluntários de 2013. Depois disso, começaram a ser realizadas algumas reuniões entre os representantes de comunicação da sede e de diversos outros CEAs. A partir dos *brainstormings*, a campanha foi tomando forma.

Objetivos. A Campanha dos Intermisivistas foi motivada pelos seguintes objetivos: Acessar intermisivistas e contribuir para a realização da sua proéxis, por meio das verdades relativas de ponta (verpons) abordadas pela Conscienciologia.

Público-alvo. A campanha é caracterizada pela criação de um conjunto de peças e ações objetivando o acesso ao público-alvo, os intermisivistas.

Brainstorming. Nas diversas reuniões de *brainstorming* foram debatidas as seguintes questões: Qual é o perfil do intermisivista? O que é valor para o intermisivista? Qual é o “código” para acessá-lo?

Trafores. Em uma dessas reuniões chegou-se a ideia de usar como referência os *10 trafores dos intermisivistas*, elaborados por Waldo Vieira, listados a seguir:

01. **Autoconfiança.** Ausência íntima de dúvidas mortificadoras quando adulto.

02. **Autoconscientização.** Certeza de possuir o senso de imortalidade, a consciência da vida eterna, dentro de si, em sua essência pessoal.

03. **Priorização.** Aspiração entranhada quanto ao aproveitamento útil da atual existência, buscando discernimento, conhecimento geral e autoconhecimento maior.

04. **Seriéxis.** Aceitação natural, íntima, da teoria da seriéxis como fato pacífico, incorporado à existência do dia a dia.

05. Hiperacuidade. Vivência de inspirações iluminadoras (ideias inatas) sobre o próprio destino, a carreira pessoal (proéxis), ou a vida humana em si (seriéxis).

06. Automotivação. Automotivação espontânea para pesquisas e desempenhos de práticas energéticas e parapsíquicas benéficas ou assistenciais.

07. Parapsiquismo. Autopercepções anímicas e parapsíquicas esporádicas, porém convincentes e pacificadoras para si próprio.

08. Proéxis. Intuições indefinidas, mas persistentes, sobre alguma tarefa existencial importante (proéxis) a ser realizada ou em franco desenvolvimento.

09. Autorretrocognições. Autorretrocognições lógicas, coerentes, definidoras, enriquecedoras. As retrocognições doentias compõem o catálogo de nossas auto-omissões.

10. Omninteração. Identificação pessoal e autoconsciente quanto ao cosmos, à vida e à ordem do Universo, existente sob controle permanente de consciências evoluídas.

Tom. O maior diferencial deste projeto está relacionado ao tom da mensagem, mais provocativa, ousada, contemporânea e criativa. Por outro lado, a linguagem também precisava ser acessível e direta, propícia à reflexão. Arriscou-se mais, saindo da comunicação habitual do IIPC, formal e cautelosa.

Cronograma. A implementação da campanha foi feita mensalmente, explorando o conteúdo de cada um dos trafores acima enumerados, durante o período de um mês.

Síntese. As frases-conceito de cada campanha foram definidas nas reuniões mensais entre a equipe de comunicação, contando, eventualmente, com voluntários de outras áreas. Seguem abaixo exemplos do material desenvolvido:

1. **Proéxis.** Você decidiu renascer para fazer o quê?
2. **Parapsiquismo.** Pense fora da caixa craniana.
3. **Automotivação.** Saia do estado vegetativo. Faça um estado vibracional.
4. **Hiperacuidade.** Planeje sua vida. E a vida após a vida.
5. **Seriéxis.** Quantas vidas você viveu para ser quem você é?
6. **Autoconfiança.** Conscienciologia. Para você que não tem dúvida o que veio fazer nesta vida.
7. **Autorretrocognição.** Relembre suas vidas passadas para saber quem você é.
8. **Autoconscientização.** *Game over?* A vida não acaba quando termina.
9. **Omninteração.** Sua vida pode ser extraordinária.

Canais. Foi explorado ao máximo o potencial das redes sociais, utilizando tanto os recursos gratuitos, como os recursos pagos, principalmente do *Facebook*, a principal rede social explorada, pelo potencial de engajamento com o público-alvo. Foi programado ainda o uso do *Instagram* e *Twitter*.

Offline. Os meios de trabalho *offline* se caracterizaram pelas ações de assessoria de imprensa e utilização de materiais promocionais, tais como, agenda de cursos, cartazes e *banners*, todos alinhados à temática do mês.

Livraria. Outra ação da campanha foi envolver a livreria institucional que indicou obras afins a cada tema, divulgadas e promovidas com determinada percentagem de desconto, fomentando as vendas no setor.

Mídias. Nesse período, foi contratada assessoria de imprensa que trabalhou divulgações em rádios, TVs e jornais, destacando as reportagens na Revista Psique, programa Ana Maria Braga da Rede Globo e Sem Censura da TV Brasil.

Padronização. A campanha foi disponibilizada a todos os Centros Educacionais, sempre no início de cada mês, buscando envolvimento da Instituição como um todo na execução, reforçando a identidade do IIPC em todo o país.

Atribuições. As atribuições do voluntário de comunicação, envolvido na Campanha dos Intermissovistas foram assim distribuídas:

1. **Brainstorming.** Promover mensalmente *brainstorming* com outros voluntários do CEA.
2. **Facebook.** Atualizar diariamente e gerenciar campanhas pagas.
3. **Material Gráfico.** Baixar, adaptar e imprimir a agenda e os cartazes.
4. **Divulgação interna.** Ampliar curtidas nas páginas do *Facebook*.
5. **Resultados.** Mensuração dos resultados mensalmente.

Resultados. Bons avanços foram realizados na comunicação do IIPC de forma geral. Nova linguagem foi estabelecida, assim como novo processo, que uniu os CEAs com foco único. Também foi possível perceber um reflexo da campanha, como exemplo, no *Facebook* do IIPC Curitiba, assim como em outros CEAs, nos quais o número de fãs após a campanha cresceu mais de 100%.

Aprendizados. Não foram realizadas todas as ações previstas, conforme planejado. A frequência de postagem estimada inicialmente para o *Facebook*, por exemplo, não foi mantida. Também não foi dado andamento a outras mídias sociais, como, *Instagram* ou *Twitter*. Esses aprendizados mostram que o ideal muitas vezes é diminuir a quantidade e focar na qualidade da comunicação.

II. SUSTENTAÇÃO DA CAMPANHA DOS INTERMISSIVISTAS (2015)

Propósito. Durante o 7º Encontro de Voluntários do IIPC, em 2015, foi lançada a nova campanha, com o propósito de continuidade ao formato da primeira, mas com tema específico, o Parapsiquismo Interassistencial, definido em conjunto com a coordenação geral.

Ampliação. Essa campanha teve ampliação do seu público-alvo, incluindo:

1. Novos intermissivistas: mantendo o trabalho desenvolvido em 2014.
2. Intermissovistas atuantes: visando a aceleração do parasquismo interassistencial.

Novos intermissivistas. Com foco principal nos “novos” intermissivistas, foram elaboradas frases-conceito provocando o público-alvo para reflexão e ação, a exemplo dessas abaixo:

1. **Interassistência.** Ninguém evolui sozinho. Seu parapsiquismo faz a diferença.
2. **Inteligência evolutiva.** Melhore o seu QI evolutivo dominando suas energias.

3. Interassistencialidade. Você esclarece mais do que consola? Qualifique sua competência interassistencial.

4. Completismo existencial. Qual o saldo evolutivo da sua assistência em 2015?

Intermisivistas atuantes. Com foco específico no público interno, isto é, nos intermisivistas que já estão atuando na Conscienciologia, seja participando dos cursos, ou fazendo trabalho voluntário, foram desenvolvidas ações como *O Desafio dos 100 dias de Completismo*, conferências online sobre parapsiquismo e o lançamento do aplicativo do Estado Vibracional.

Desafio 100 dias de Completismo

Desafio. O *Desafio dos 100 dias de Completismo* surgiu com intuito de dinamizar o parapsiquismo interassistencial grupal por período de 100 dias. Os voluntários da CCCI – Comunidade Conscienciológica Cosmoética Internacional, foram motivados a escolher uma meta pessoal a ser desafiada e superada nesse período.

Grupo. Para adesão ao desafio foi criado uma página de grupo fechado no *Facebook*, onde o participante pôde compartilhar sua meta, suas dificuldades, superações, incentivos, entre outros, motivando o grupo a seguir firme no propósito de ser completista.

Questionamentos. Foram formulados alguns questionamentos com intuito de ajudar o participante na escolha do desafio, a exemplo: Quais são as demandas recinológicas pessoais necessárias para atender as demandas assistenciais do trabalho desassediológico em andamento? O que você vai fazer no período de 100 dias para alavancar o seu parapsiquismo interassistencial? Qual peça falta para alavancar seu parapsiquismo interassistencial?

Desafios. Dentre as várias metas autopropostas destacaram-se: escrita de verbete, artigo, curso livre, livro, início da Tenepes, 20 EVs diários, iniciar a docência conscienciológica, itinerância, ortopeniedade, projetabilidade lúcida, atividade física, reeducação alimentar e perda de peso.

Compromisso. O compromisso de cada participante foi consigo mesmo no processo da escolha do item a ser superado e reciclagens necessárias para alavancar a proéxis, expandir a assistência e o parapsiquismo.

Início. O desafio teve início dia 01 de agosto de 2015, com aproximadamente 650 participantes, cada um com sua meta definida e todos juntos no mesmo período, impulsionando o completismo mútuo, dentro do princípio “a união faz a força”.

Percepção. As percepções relatadas na largada do desafio estavam relacionadas ao apoio que um dava ao outro através de depoimentos e energias mobilizadas nas conquistas diárias contribuindo para a sustentabilidade da motivação de todos os envolvidos.

Ferramentas. Foram compartilhadas, pela equipe organizadora, várias ferramentas de autopesquisa para compilação das percepções e mensuração dos resultados, tais como: planilha do desafio para o registro diário, planilhas de autopesquisa, de registro de Estado Vibracional, do pensenograma, de mapeamento das sinaléticas, de experiências projetivas, entre outros.

Intercooperação. Ao longo do período o grupo foi motivado com postagens, dicas, mensagens de incentivo, tertúlias, artigos, convites a depoimentos sobre o cumprimento diário do desafio com intuito da manutenção do ritmo do início ao fim.

Conferências

Aulas. Ocorreram duas conferências *online* sobre parapsiquismo especialmente para o grupo. A primeira com a professora epicon Ana Luíza Rezende, abordando aspectos do parapsiquismo no cotidiano, técnicas para o desenvolvimento do parapsiquismo sadio, liderança interassistencial e pré-intermissão.

Clarividência. A outra conferência contou com a professora epicon Patrícia Pialarissi, que falou sobre aspectos da teoria e prática do desenvolvimento da clarividência, entendimentos dos ganhos da vivência parapsíquica e desenvolvimento da autonomia da própria vida.

Término. O final do desafio se deu dia 08 de novembro de 2015, com o número de 722 participantes que aderiram ao grupo e compartilharam ao longo de 100 dias suas conquistas, dificuldades e superações.

Completismo. Muitos relataram mudanças de pensenes, comportamento, aumento do potencial energético através da prática de EVs diários, várias experiências projetivas e parapsíquicas, aumento da hiperacuidade através da perda de peso, avanço na docência, início da tenepes, práticas ortopen-sênicas, ações interassistenciais, escrita de artigos, entre outros.

Triunfo. O resultado assistencial do desafio superou as expectativas, sendo muito bem expresso pelo *post* de fechamento: “O maior triunfo da conscin completista existencial é quando torna-se capaz de criar e produzir, além de informar”, convidando todos os participantes a compartilhar suas conquistas através de escrita de artigos.

III. APLICATIVO DO ESTADO VIBRACIONAL

Histórico. O Aplicativo do EV foi idealizado em 2012, durante um ECP2. Inicialmente, o objetivo para o aplicativo seria sanar uma das maiores dificuldades dos jejunos do estudo da energossomática: lembrar de fazer o EV.

Planilha. O *software* seria uma versão informatizada da utilizada “planilha do EV”, com o benefício de ter um aviso para lembrar o usuário de realizar a prática. Naquele momento o projeto não avançou por falta de massa crítica e mão de obra voluntária especializada na programação de aplicativos.

Campanha. Durante a criação da Campanha de Chamada de Intermisivistas percebemos a oportunidade de reativar a ideia do aplicativo. A nova versão, epicentrada por 1 dos autores, foi proposta no início de 2014, e lançada no 7º Encontro de Voluntários, ocorrido em junho de 2015, juntamente com a nova fase da Campanha de Intermisivistas, que incentivou o desenvolvimento do Parapsiquismo Interassistencial.

Objetivo. O aplicativo estendeu seus objetivos, do simples lembrete, para se tornar um assistente pessoal eletrônico para estudo da energossomaticidade, tendo como público-alvo consciências

interessadas no registro, acompanhamento e avanço qualitativo na instalação e frequência do estado vibracional.

Motivação. A constante busca por novas tecnologias que propiciem uma otimização no desenvolvimento pessoal foi a principal motivação para desenvolver e fornecer gratuitamente o Aplicativo do EV.

Gestão. O aplicativo foi desenvolvido exclusivamente por mão de obra voluntária, de intermisivistas vinculados ao IIPC. O processo durou 9 meses e foi planejado inicialmente para dispositivos com o sistema operacional iOS da Apple. As etapas de desenvolvimento foram: modelagem, aquisição do conhecimento, desenvolvimento, testes e lançamento.

Plataformas. O aplicativo foi idealizado para funcionar em todas as plataformas e alcançar o maior número possível de usuários.

Android. Até a publicação desse artigo, as versões para *Android* e *Windows Phone* estão sendo desenvolvidas, em fase de testes.

Funcionamento. Através da tela principal, o usuário registra o EV, a intensidade da movimentação bioenergética – dando uma nota de 0 a 4, nos moldes da Planilha do EV - e adicionando outras informações, como sinais parapsíquicos, local, pessoas próximas ou quaisquer outros dados que possam enriquecer a análise do fenômeno.

Meta. A definição de meta é essencial para o desenvolvimento pessoal. Ela é responsável por maior engajamento e comprometimento. O aplicativo permite que seja inserida, pelo próprio usuário, meta diária para a prática dos exercícios bioenergéticos. A recomendação é de 20 EVs por dia.

Lembretes. Os lembretes para a instalação dos EVs são acionados via software e sua quantidade é calculada de acordo com a meta diária estipulada pelo usuário e o período definido para as práticas (das 8h às 22h, por exemplo). Além dessa função, os lembretes ainda publicam frases motivacionais para estimular a realização da prática.

Aleatório. Os lembretes são publicados de forma aleatória, sem hora pré-definida. Esse recurso possibilita que as práticas bioenergéticas sejam executadas em horários distintos todos os dias. A aleatoriedade da prática era recomendação frequente do prof. Waldo Vieira para evitar heteroassédio em horários marcados.

Sincronicidades. Estuda-se a hipótese de que a aleatoriedade também pode facilitar a influência positiva de amparadores na emissão dos lembretes, tais como sincronicidades, para alertar o usuário para instalação do EV em momentos críticos. As vivências de usuários podem confirmar ou refutar essa hipótese.

Espelho. Todos os registros gravados no aplicativo podem ser visualizados através de gráficos estatísticos. Estes incluem histórico da quantidade de exercícios registrados, por dia e mês, bem como sua intensidade. Isso permite que o usuário tenha um espelho do seu desenvolvimento energossomático.

Estatísticas. Até a conclusão deste artigo, algumas das informações estatísticas do uso do aplicativo são:

Totais Aplicativo do EV		Totais
Total de EVs Registrados		54.310
Total de Instalações do aplicativo		913
Total de Países		29
Total de Cidades		312

Top 10 Cidades	
Cidades	Num. de Registros
Brasília	11.441
Porto Alegre	4.048
Rio de Janeiro	2.906
Goiânia	2.623
Foz do Iguaçu	2.555
Belo Horizonte	2.532
São Paulo	2.160
São José dos Campos	2.067
Uberlândia	1.706
Campo Grande	1.485

Top 10 Países	
Pais	Num. de Registros
Brasil	49.129
Estados Unidos	1.044
México	440
Inglaterra	253
Argentina	222
Austrália	161
Indonésia	100
Japão	82
Vietnã	77
Espanha	41

Roadmap. O desenvolvimento para plataforma *Android* e *WindowsPhone* ainda é prioridade. A tradução para outros idiomas como inglês, italiano, alemão e espanhol já iniciou e contou com a colaboração da equipe da ISIC (*Interassistential Services for the Internationalization of Conscientiology*). Demais melhorias serão disponibilizadas nas atualizações recorrentes do aplicativo.

Paratecnologia. Inúmeros contratemplos surgiram e mostraram da forma mais didática possível a importância dos ortopenses, blindagem da alcova, manutenção da dupla evolutiva, trabalho em equipe e amparo de função.

Pioneirismo. Este é o primeiro aplicativo conscienciológico para dispositivos móveis criado por Instituição Conscienciocêntrica que se tem registro.

Reconhecimento. O Aplicativo do EV foi premiado na feira *InnovaCities*, dezembro de 2015 em Foz do Iguaçu, como projeto de inovação social. Este prêmio e as dezenas de *feedbacks* positivos de usuários do aplicativo demonstram o sucesso em comunicar e qualificar a Conscienciologia através da prática de uma de suas mais importantes técnicas.

IV. RECURSOS DE BUSCA NO GOOGLE

Aporte. O IIPC recebeu aporte do *Google Ad Grants*, por ser instituição sem fins de lucro, no valor de U\$ 10.000,00 mensais a ser destinado em publicidade e promoção das atividades nas páginas de resultados de pesquisa *Google*.

Ferramenta. O *Google Ad Grants* é a versão sem fins lucrativos do *Google Ad Words*, a ferramenta de publicidade online do *Google*. Os beneficiários promovem apenas anúncios e palavras-chave, criam e gerenciam suas contas da mesma forma que os anunciantes pagantes.

Restrições. Para tanto, as regras restringem ao orçamento diário um limite máximo de custo por clique, campanhas segmentadas por palavras-chave e exibição de anúncios somente de texto nas páginas de resultado de pesquisa do *Google*.

Anúncios. Os anúncios foram elaborados a partir da escolha de cinco grupos de anúncios organizados nos temas: bioenergias, Waldo Vieira, projeção astral, parapsiquismo e vida após a morte.

Palavras chave. Foram inseridas centenas de palavras-chave e frases para cada grupo, a exemplo: projeção astral - EQM, o que é projeção, Projeciologia, sonho lúcido, etc; bioenergias - chacras, estado vibracional, energia imanente, etc.

Retorno. Em apenas 7 dias, 612 pessoas acessaram o anúncio e visitaram diretamente páginas de eventos dos Centros Educacionais de Autopesquisa no Brasil. No período de 2 anos, os anúncios nos resultados do *Google* apareceram 24 milhões de vezes e 160 mil pessoas visitaram o site do IIPC. Atualmente, média de 8 mil pessoas por mês entram no site provenientes de nossos anúncios no *Google*.

Relevância. Sem dúvida, este programa é de suma importância para a presença *online* do IIPC na captação de novos alunos. Certamente, alguns desses milhares de visitantes que chegaram ao site, foram aos eventos e se tornaram alunos.

Direção. Atualmente, o trabalho está direcionado para que seja um tráfego qualificado, ou seja, apenas pessoas que estejam procurando por palavras-chave relacionadas aos nossos temas de pesquisa e que estejam próximos ao CEA, no mesmo estado ou em um raio de 300 km.

Profissionalização. Os próximos passos exigem continuísmo na manutenção dos anúncios e profissionalismo, especialmente devido às regras exigidas no *Google Ad Grants*, que se não forem obedecidas pode significar a exclusão do IIPC do programa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Originalidade. Os conteúdos dos projetos executados foram pautados principalmente na experiência dos autores ao acessar as ideias da Conscienciologia e nas tendências de comunicação atuais, ditadas pelas redes sociais e seus usuários.

Comunicação. Os resultados dos projetos expressam o momento tecnológico que a comunicação institucional teve que se adequar para atrair o público intermissivista.

Empreendedorismo. Compreender o movimento das mídias sociais e tirar partido das oportunidades exigiu ousadia e acuidade refletidas nos resultados criativos das peças publicitárias desenvolvidas nas campanhas de chamada de intermissivistas, sendo exemplo de empreendedorismo evolutivo na gestão conscienciológica.

Interassistência. Os autores consideram que os resultados foram bastante positivos, expressos principalmente através do primeiro aplicativo da Conscienciologia, o *app* do EV e significativo número de usuários em diversas localidades do Brasil e do mundo.

Equipe. O trabalho conduzido em equipe desde o processo de planejamento até sua execução, debatido e executado com sinergismo, criatividade e generosidade por cada membro da área da Comunicação IIPC que recebeu todo incentivo da coordenação geral, fortalecendo o vínculo consciencial e maxiproóxis grupal.

Gratidão. Há reconhecimento dos autores por todo amparo técnico do voluntariado intrafísico e extrafísico e ao propositor do paradigma consciencial professor Waldo Vieira, exemplarista na tarefa de acessar e recepcionar os egressos dos cursos intermissivos.

REFERÊNCIAS

1. VIEIRA, Waldo; *700 Experimentos da Conscienciologia*: Instituto Internacional de Projeciologia e Conscienciologia (IIPC); Rio de Janeiro, RJ; 1994.
2. VIEIRA, Waldo (org.); *Enciclopédia da Conscienciologia*; verbete *Intermissivista*. Disponível em: <http://67.223.248.71/tertulia/Verbetes/Intermissivista.pdf> (Acessado em 05.01.2016).

Alexandre Aranha, consultor em Tecnologia da Informação; voluntário do IIPC em 2010, 2012, 2014 e 2015; docente de Conscienciologia desde 2015; atualmente desenvolvendo novos projetos fora do Brasil.

Email: alexandre.aranha@gmail.com

Cirlei Gurgel, psicóloga clínica; especialista em Terapias Cognitivas Comportamentais; voluntária do IIPC desde 2008; docente de Conscienciologia desde 2010; atualmente coordena a área de Comunicação IIPC Sede.

Email: cirleigurgel@gmail.com

Tenile Vicenzi, publicitária; especialista em Dinâmica dos Grupos pela SBDG e Gestão Empresarial pela FGV; voluntária do IIPC de 2011 a 2015; e docente de Conscienciologia desde 2014; atualmente em período sabático, fora do Brasil.

Email: tenile.vicenzi@gmail.com

Thiago Gutierrez B. Pontes, publicitário; voluntário do IIPC desde 2012; docente de Conscienciologia desde 2012; atualmente coordena o CEA IIPC de Curitiba.

Email: thiago.gutierrez@gmail.com