

MARCA DE EXCELÊNCIA (EVOLUCIOLOGIA)

I. Conformática

Definologia. A *marca de excelência* é a impressão positiva ou funcional deixada por alguma realização, produto, artigo ou mercadoria, caracterizando a maior o responsável, ou a empresa fabricante, como resultado do alto nível e critério de elaboração, estabelecendo a distinção indiscutível em relação à qualidade e categoria de outras criações do mesmo ramo de atividades na vida humana.

Tematologia. Tema central neutro.

Etimologia. O termo *marca* é de origem controversa, provavelmente do idioma Germânico, *marka*, “limite; fronteira; sinal”, sob influência do idioma Latim Tardio, *marca*. Surgiu no Século IX com a acepção de “*antiga moeda*”, e no Século XIV, significando “traço; sinal”. O vocábulo *excelência* vem do idioma Latim, *excellētia*, “grandeza; elevação; superioridade”, de *excellere*, “elevar; elevar-se acima de; ser superior; sobrepujar”. Apareceu no Século XIV.

Sinonimologia: 1. Logomarca; logotipo; marca registrada. 2. Certificado de qualidade. 3. *Superbrand*. 4. *Grande Marque*. 5. Marca de elevação. 6. Sinal de grandeza. 7. Traço de superioridade.

Neologia. As 3 expressões compostas *minimamarca de excelência*, *maximamarca de excelência* e *megamarca de excelência* são neologismos técnicos da Evoluciologia.

Antonimologia: 1. Marca de inferioridade. 2. Sinal de mediocridade. 3. Traço de vulgaridade. 4. Realidade inclassificável.

Estrangeirismologia: a *marque par excellence*; a *superbrand*; o *marketing*; o *benchmarking*; as estrelas do *ranking*; o pódio das *Superbrands*.

Atributologia: predomínio das faculdades mentais.

II. Fatuística

Pensenologia: os ortopensenes; a ortopensenidade; os hiperpensenes; a hiperpensenidade; os neopensenes; a neopensenidade; os tecnopensenes; a tecnopensenidade.

Fatologia: a marca de excelência; a marca de excelência acadêmica; a marca de excelência para produtos e serviços; as marcas bem implementadas; as marcas-estrelas; a seleção das marcas; a classificação dos produtos; os critérios de triagem; as pontuações mais elevadas; o *Conselho de Marcas*; a eleição das marcas; as insígnias prestigiadas; o selo de autenticação; a marca acima das outras; o destaque no universo da concorrência; os segmentos das atividades humanas; o empreendedorismo na vida moderna; as telecomunicações; os produtos infantis; as instituições bancárias; as empresas petrolíferas; as indústrias em geral; os negócios; o comércio internacional; as cadeias de hotéis; as cadeias de restaurantes; as megacorporações; os monopólios; as cartelizações; o capitalismo selvagem; os critérios de excelência; a qualificação da instituição; a competência da organização; os objetos de desejo; a aceitação do produto; os segmentos do mercado; o domínio do mercado; a longevidade do produto; a fidelização da freguesia; as estratégias de comunicação; os investidores em publicidade; os anúncios; as promoções milionárias; os rótulos; as mistificações; os estereótipos; a construção da identidade da marca; a reinvenção diária dos produtos; o público; o consumismo paroxístico; os mercados mundiais; os órgãos de defesa dos consumidores; os inqueritos com os consumidores; a prova do reconhecimento dos consumidores; os produtos recomendados; os produtos falsificados; as piratarías generalizadas; o sinal de grandeza; o traço de superioridade; a grife; a classe; o nível de grandeza; o nível de qualidade (NQ); a alta classificação; a comunicação do título obtido; o selo de identificação da marca de excelência; as insígnias de ouro; os prêmios; os troféus; as distinções; os líderes do mercado; as firmas âncoras; a Socin hipermercantil; o hipermaterialismo; a creche universalizada; a puerilificação;

o juízo de valor das coisas; os caprichos pessoais; as solicitações hedonísticas; a febre do conforto; a civilização dos desejos; o carro do ano; a obsolescência dirigida; o capitalismo globalizado; as farmácias da felicidade; os requintes; a suntuosidade; as ostentações; os esbanjamentos; os perularismos; os desperdícios; os valores controvertíveis; o nível de consciencialidade dos consumidores; a melhoria da qualidade dos produtos conscienciológicos; as *Empresas Conscienciocêntricas* (ECs); as *Instituições Conscienciocêntricas* (ICs).

Parafatologia: a marca extrafísica de excelência evolutiva; o saldo positivo da *Ficha Evolutiva Pessoal* (FEP).

III. Detalhismo

Codigologia: os códigos de Ética.

Laboratoriologia: o *laboratório conscienciológico da Autoconscienciometrologia*; o *laboratório conscienciológico da Proéxis*; o *laboratório conscienciológico da Evoluciologia*.

Antagonismologia: o *antagonismo gostos de necessidade / gostos de luxo*.

Holotecologia: a *qualitoteca*; a *grafopensenoteca*; a *iconoteca*; a *simboloteca*; a *heraldicoteca*; a *comunicoteca*; a *economoteca*.

Interdisciplinologia: a *Evoluciologia*; a *Intrafisiologia*; a *Conscienciocentrologia*; a *Mentalsomatologia*; a *Economia*; a *Viajologia*; a *Turismologia*; a *Eletronótica*.

IV. Perfilologia

Elencologia: a *construção ressonada*; a *isca humana inconsciente*; as *equipes técnicas*; o *Conselho de Notáveis*.

Masculinologia: o *pré-serenão vulgar*; o *evoluciente*; o *professor*; o *cognopolita*; o *tertuliano conscienciológico*; os *avaliadores da excelência*; os *consumidores*.

Femininologia: a *pré-serenona vulgar*; a *evoluciente*; a *professora*; a *cognopolita*; a *tertuliana conscienciológica*; as *avaliadoras da excelência*; as *consumidoras*.

Hominologia: o *Homo sapiens consumptor*; o *Homo sapiens notabilis*; o *Homo sapiens notabilissimus*; o *Homo sapiens evolutiens*; o *Homo sapiens conscienciocentricus*; o *Homo sapiens evolutiologus*; o *Homo sapiens tertulianus*.

V. Argumentologia

Exemplologia: *minimamarca* de excelência = a publicação da megagescon, ou obra-prima interassistencial, libertária, escrita, pessoal; *maximamarca* de excelência = a obtenção do completismo existencial (compléxis) da programação existencial (proéxis) pela conscin lúcida intermissivista; *megamarca* de excelência = a vivência da condição da desperticidade (Despertologia) pela conscin cognopolita tornada ser desperto.

Evolução. Segundo a *Evoluciologia*, quanto à marca de excelência da evolução da conscin – a preocupação mais inteligente e prioritária para a pessoa lúcida –, é possível listar, por exemplo, na ordem funcional, estas 7 realizações evolutivas de alta expressão:

1. **Triatletismo consciencial.**
2. **Oficina extrafísica pessoal:** a ofiex.
3. **Megagestação consciencial:** a obra-prima.
4. **Jubileu evolutivo.**
5. **Autodesperticidade:** a Despertologia.
6. **Semiconsciencialidade.**
7. **Teleguiamento autocrítico.**

Taxologia. Sob a ótica da *Holomaturologia*, eis, por exemplo, na ordem alfabética, 15 categorias de marcas de excelência, de múltiplas categorias ou de mais ou menos importância, comuns nos holopenses da vida humana, inclusive naqueles dos modismos dependentes do capitalismo selvagem da vida superconsumista do Terceiro Milênio:

01. **ABNT:** Associação Brasileira de Normas Técnicas.
02. **Best-seller:** a obra literária mais vendida.
03. **Blue chip:** na Bolsa de Valores; a Economia.
04. **De luxe:** o tipo de automóvel luxuoso.
05. **Grammy:** o troféu máximo da Musicologia.
06. **Homo sapiens serenissimus:** o nível evolutivo do Serenão, o modelo; Serenologia.
07. **ISO:** International Organization for Standardization; ISO 9000; ISO 14000.
08. **Oscar:** o troféu máximo da cinematografia.
09. **Prêmio Nobel:** por exemplo, o nobelista da Física.
10. **Primeira classe:** a seção dos aviões; os Transportes.
11. **Sala VIP:** o departamento dos aeroportos; a Viajologia.
12. **Seis estrelas:** a classificação de hotel; a Turismologia.
13. **Superbrand Award:** a qualificação de organização; a Conscienciocentrológica.
14. **Top de linha:** o produto industrial ou eletrônico; a Eletrônica.
15. **Grife:** o vestuário.

VI. Acabativa

Remissologia. Pelos critérios da *Mentalsomatologia*, eis, por exemplo, na ordem alfabética, 10 verbetes, com temas centrais *homeostáticos*, da *Enciclopédia da Conscienciologia*, e respectivas especialidades, evidenciando relação estreita com a marca de excelência, indicados para a expansão das abordagens detalhistas, mais exaustivas, dos pesquisadores, mulheres e homens interessados:

01. **Curso Intermissivo:** Intermissiologia; Homeostático.
02. **Extrapolacionismo:** Evoluciologia; Homeostático.
03. **Fruto experimental:** Experimentologia; Homeostático.
04. **Gescon:** Proexologia; Homeostático.
05. **Iniciativa planetária pioneira:** Experimentologia; Homeostático.
06. **Jubileu evolutivo:** Intrafisiologia; Homeostático.
07. **Megaempreendimento conscienciológico:** Conscienciocentrológica; Homeostático.
08. **Ofiexologia:** Assistenciologia; Homeostático.
09. **Ser desperto:** Despertologia; Homeostático.
10. **Triatleta conscienciológico:** Experimentologia; Homeostático.

**A MARCA DE EXCELÊNCIA IDEAL NÃO É MATERIAL,
COMERCIAL, INDUSTRIAL, COMPETITIVA OU PERFECCIONISTA,
MAS A MARCA EVOLUTIVA E INTERASSISTENCIAL
DE DESEMPENHO DA PRÓPRIA CONSCIÊNCIA LÚCIDA.**

Questionologia. Você já alcançou alguma realização merecedora da marca de excelência evolutiva? Em qual área de atividade?