

ARTIGO DE OPINIÃO – GERAÇÃO Z – ID: DZ4

Texto I

Eles não conheceram o mundo sem internet, não diferenciam a vida online da off-line e querem tudo para agora. São críticos, dinâmicos, exigentes, sabem o que querem, autoditadas, não gostam das hierarquias nem de horários poucos flexíveis. São os jovens da Geração Z, que nasceram depois de 1995, e que agora começam a entrar no mercado de trabalho bastante confiantes. A chegada dessa nova geração ao meio organizacional já causa certos impactos por conta das características peculiares desses jovens, e vai exigir que empresas se adaptem e apliquem novas práticas para atrair e reter esses profissionais.

"Eles enxergam o mundo diferente. Sua relação com o tempo é outra, é online, a maneira como lidam com hierarquias e a autoridade, enfim, tudo é diferente para a geração deste milênio e as organizações devem se inspirar nela", afirma o doutor em comunicação Dado Schneider. Ele estuda o comportamento dessa nova geração há anos e acredita que ela será revolucionária.

Hoje, na opinião do especialista, os jovens não se submetem a condições de trabalho que não os satisfaçam. "Mas não os considero arrogantes, eles apenas sabem o que querem. Diferentemente da Geração X (nascidos entre o fim de 1960 e 1980), que aceita as normas de trabalho, e da Geração Y (nascidos entre 1980 e 1995), que finge que aceita, eles são questionadores e possuem bons argumentos. A verdade é que eles são bastante maduros, assertivos e vão ser os chefes da geração Y em poucos anos", prevê.

http://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/20/politica/1424439314_489517.html

Texto II

A grande nuance dessa geração é zapear. Daí o Z. Em comum, essa juventude muda de um canal para outro na televisão. Vai da internet para o telefone, do telefone para o vídeo e retorna novamente à internet. Também troca de uma visão de mundo para outra, na vida.

Garotas e garotos da Geração Z, em sua maioria, nunca conceberam o planeta sem computador, chats, telefone celular. Por isso, são menos deslumbrados que os da Geração Y com chips e joysticks. Sua maneira de pensar foi influenciada desde o berço pelo mundo complexo e veloz que a tecnologia engendrou. Diferentemente de seus pais, sentem-se à vontade quando ligam ao mesmo tempo a televisão, o rádio, o telefone, música e internet.

Outra característica essencial dessa geração é o conceito de mundo que possui, desapegado das fronteiras geográficas. Para eles, a globalização não foi um valor adquirido no meio da vida a um custo elevado. Aprenderam a conviver com ela já na infância. Como informação não lhes falta, estão um passo à frente dos mais velhos, concentrados em adaptar-se aos novos tempos. Enquanto os demais buscam adquirir informação, o desafio que se apresenta à Geração Z é de outra natureza. Ela precisa aprender a selecionar e separar o joio do trigo. E esse desafio não se resolve com um micro veloz. A arma chama-se maturidade. É nisso, dizem os especialistas, que os jovens precisam trabalhar. Como sempre.

Retirado de: <http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/jovens/apresentacao.html>

COMANDO: A partir do material de apoio e com base nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija um **Artigo de Opinião** sobre o tema: **Geração Z: uma sociedade virtual ou real?**

Não custa lembrar...

O **Artigo de Opinião**, como o próprio nome adianta, é um texto em que o autor expõe seu ponto de vista a respeito de algum tema polêmico. É um gênero textual que se apropria do tipo dissertativo.

O articulista deve sustentar sua opinião por meio de evidências; deve, também, assinar o Artigo – entretanto, nos vestibulares, o candidato deve usar apenas as iniciais ou adotar um pseudônimo, a fim de que não seja identificado pelo examinador, o que poderia ser motivo para a anulação da prova.

O texto é breve – aproximadamente, 25 linhas.

O Artigo leva título.

O Artigo é persuasivo: inserido nos grandes periódicos, é um serviço prestado ao leitor, com o objetivo de convencê-lo acerca não só da importância do tema ali enfrentado, mas também, e principalmente, da relevância do posicionamento do articulista. São comuns o apelo emotivo, as acusações, o humor, a ironia – tudo baseado em informações factuais. No Artigo de Opinião, é preciso mobilizar as seguintes funções da linguagem: referencial (informação, na parte introdutória), emotiva (críticidade, no desenvolvimento) e conativa (apelo/ordem/aconselhamento ao leitor, na conclusão).