



Desconexão programada

Caminhos para o equilíbrio digital

Nunca estivemos tão conectados... e tão esgotados por conta disso. Com a vida altamente digitalizada, cresce também a dependência: trabalho, finanças e lazer, agora, passam pelas telas. Como as novas gerações estão lidando com os efeitos dessa hiperconexão? Quais as alternativas para escapar? É possível, de fato, se desconectar? Aliás, como encontrar o equilíbrio entre o virtual e o presencial? E o que tudo isso significa para a Publicidade? Mergulhe com a gente e entenda os impactos, as mudanças de comportamento e as oportunidades que surgem no momento da Desconexão Programada.



Tempo de leitura: 25 minutos

agência3 agora é **3mais**

O que você vai ver aqui?

- A GERAÇÃO ALPHA.**

A maior geração da humanidade, sua relação com as marcas e suas inclinações de consumo.

- OS CUSTOS DA HIPERCONEXÃO.**

A conexão prematura e os riscos de viver uma vida superconectada.

- A DESCONEXÃO DOS MAIS NOVOS.**

A desconexão como um escape, a valorização de experiências físicas e atuação das marcas.

- A BUSCA DO EQUILÍBRIO.**

A preocupação dos pais, a proibição como alternativa e a desconexão como caminho.

- A DESCONEXÃO PROGRAMADA.**

Quando tudo aponta para o digital, desconectar é um ato de resistência.

- APRENDIZADOS PARA AS MARCAS.**

Direcionamentos práticos para impulsionar sua gestão de marca hoje.

SOBRE

A superexposição a telas, o excesso de dados e a vida permanentemente conectada estão trazendo um novo desafio ao mundo do trabalho: o burnout digital. Segundo relatório do Slingshot (2024), 34% dos trabalhadores e 39% dos gestores apresentam sinais de fadiga digital.

O uso excessivo de redes sociais também tem sido associado ao agravamento da saúde mental dos brasileiros. Tudo indica que esse estado de exaustão se intensifica quando não há uma separação nítida entre o uso digital para o trabalho e para o lazer.

Essas questões fazem a gente pensar: se as gerações que não nasceram imersas na tecnologia estão sentindo os efeitos da hiperconexão, como os mais jovens, nativos digitais, estão lidando com isso?

A resposta pode surpreender: eles já estão questionando essa lógica e buscando alternativas na desconexão digital.

Pesquisa recente do Pew Research Center revela que jovens entre 13 e 17 anos usam menos o Facebook e o X (Twitter) do que a mesma faixa etária em 2014-15.

Algo parecido acontece com o Instagram e o TikTok. A Dazed Studio apontou uma desaceleração no uso dessas redes entre os jovens. O motivo? A prioridade do bem-estar e das conexões fora das telas.

Se, por um lado, a hiperconexão traz riscos, por outro, as novas gerações parecem ter encontrado uma solução na desconexão. O que há por trás desse movimento? Existe, então, um caminho para equilibrar o uso das telas? Qual o papel das marcas diante disso? Acompanhe com a gente na 12ª edição do Jaé, o relatório de insights da 3mais.



Angelo Ferrari
CEO e sócio da 3mais, com mais de 30 anos de experiência no mercado publicitário.

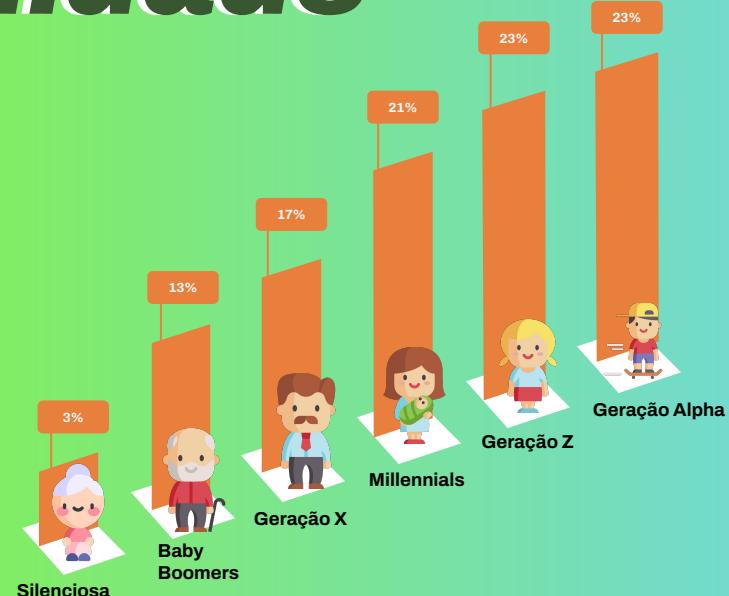
INTRODUÇÃO

A Geração Alpha é a maior da humanidade

Totalmente conectados e nascidos entre 2010 e 2024, os alphas são a geração do século XXI.

Projeções indicam que ela será a maior da história pela grande taxa de natalidade e maior expectativa de vida.

Em 2025, a projeção é que a geração alpha alcance **2,5 bilhões de pessoas no mundo**. E os números impressionam ainda mais: em 2029, quando os mais velhos da geração atingirem a vida adulta, e os mais novos completarem cinco anos, sua representação econômica deverá ultrapassar US\$ 5,46 trilhões (McCindle, 2025).



INTRODUÇÃO

Antes de ler, elas já reconhecem logos.

A relevância da mais nova geração também passa pela relação com as marcas. Na década de 2010, pesquisas científicas indicaram que um dos grandes diferenciais desta geração estava no **reconhecimento de marcas desde cedo** (Arnas; Tas; Oğul, 2016).



Você sabia?

Crianças com apenas **três anos** já possuem capacidade de reconhecer uma marca. Mais do que isso, conseguem associar o seu sentimento em relação a ela.

Os padrões de uma nova infância.

Isso também reflete nas **marcas favoritas** dessa geração. Se a geração Z, quando criança, tinha preferência por **marcas do ramo alimentício**, como McDonald's, Oreo, M&Ms e Doritos, a geração alpha prefere **marcas de vestuário e acessórios**, como Nike, Apple, Adidas e Samsung (Razorfish, 2024). Além disso, os interesses da geração mais nova são maiores:



A geração alpha possui uma média de 10 interesses, enquanto a geração anterior, na mesma idade, possuía apenas 5.



60% dos pais reconhecem que seus filhos possuem mais interesses do que eles na mesma idade.



71% dos pais consideram que seus filhos possuem um entendimento e conhecimento mais maduro sobre marcas do que eles na mesma idade (Razorfish, 2024).

A HIPERCONEXÃO

Conectamos cedo demais?

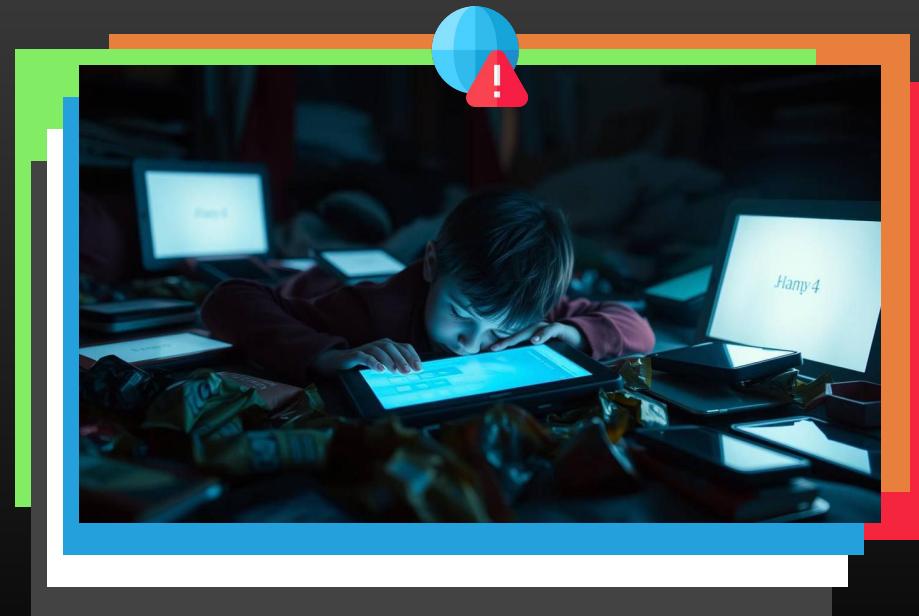
Não há como negar que os alphas estão conectados.

No Brasil, o número de crianças de seis a oito anos que usam a internet dobrou entre 2015 e 2024, passando de 41% para 82% (Cetic.br, 2025).

O número é ainda maior entre as classes A e B, alcançando 97% das crianças dessa faixa etária. Na mesma idade, crianças com celular próprio passaram de 18% para 36% no mesmo período.

Apesar da alta conectividade, **o digital não é o único caminho para criar relevância entre os mais novos.**

A relação entre o digital e a geração alpha tem resultado em debates sobre saúde mental e física, criando um **movimento de desconexão digital**.



Os custos invisíveis da hiperconexão



O uso excessivo de smartphones alcança mais de $\frac{1}{4}$ dos jovens e está associado às seguintes problemáticas:

- Aumento de 3x da chance do desenvolvimento de depressão e ansiedade;**
- Aumento de 2x das chances de desenvolvimento do estresse;**
- Aumento de 2,6x de chances da piora na qualidade do sono.**

Mudanças nos traços de personalidade também estão sendo identificadas em pesquisas sobre hiperconexão. Entre elas, estão o baixo autocontrole, impulsividade, instabilidade emocional, busca pelo perfeccionismo, insegurança e solidão (Sohn et al., 2019).



DESCONECTANDO

Desconexão em tempos de excesso: saúde, foco ou liberdade?



Diante desta realidade, a desconexão digital tem permeado diferentes campos de estudos e interesses, podendo ser separada em cinco tipos (Moe; Jacob, 2021).

1 Desconexão como saúde

Busca por uma melhora do bem-estar físico e mental via redução da exposição digital e de dispositivos móveis.

2 Desconexão como concentração

Busca em favorecer o foco e a produtividade.

3 Desconexão como sustentabilidade

Forma de cuidar do meio ambiente, reduzindo o consumo de energia e a geração de resíduos eletrônicos.

4 Desconexão como existentialismo

Forma de reconectar-se com o presente e o sentido da vida, em busca de uma experiência mais autêntica e consciente.

5 Desconexão como liberdade

Forma de retomar a liberdade de pensar e agir, longe das exigências e atualizações constantes das redes digitais.

Os nativos digitais estão desconectando

Como o movimento de desconexão se relaciona à geração alpha?

Ao contrário do que o estereótipo diz, os alphas **têm valorizado as experiências não digitais** e pensado sobre sua saúde mental em relação ao uso de dispositivos móveis: **74% estão buscando reduzir o tempo** de uso de telas para melhorar sua saúde mental e **83% valorizam marcas com lojas físicas** (Razorfish, 2024).

No Brasil, a relação **presencial** com pessoas também **tem sido valorizada**, com encontros físicos nos finais de semana superando as conversas digitais: 40% contra 37%, respectivamente.





As marcas já entenderam o recado?

Algumas marcas já parecem ter notado esse movimento e estão investindo em atividades, jogos e brinquedos inovadores, que incentivam a desconexão com o mundo digital, a criatividade e a sociabilidade:



BoogieBoard

Incentiva criatividade offline com desenhos e alfabetização.



NEX Playground

Usa sensores para criar experiências físicas sem telas.



LEGO Play Unstoppable

Espaço para crianças criarem e se expressarem com LEGO.



Como os brinquedos estão ativando o offline?



Toniebox

Tocador de áudio sem tela, com histórias, músicas e conteúdos educativos, que estimulam a imaginação de forma prática e interativa.



ROXS

Videogame offline, que estimula brincadeiras físicas, como corrida, arremesso e jogos em equipe, sem uso de telas.



Celular na infância: o que pensam os responsáveis?

Para entender mais sobre a relação dos jovens com smartphones, realizamos uma **pesquisa de orientação com 175 pais**:

- 1 Para 30% dos pais, a proibição dos celulares nas escolas trouxe impactos positivos.
- 2 Pais que ainda não cederam um celular aos filhos citam a **falta de idade, maturidade e responsabilidade**.
- 3 74% pretendem dar um celular próprio após os 12 anos, mas 93% das crianças ganham antes **dos 11 anos**.
- 4 Para os pais, os principais interesses de seus filhos são: **música, esportes e filmes**.



Proibição como solução?

*Efeitos positivos da proibição de celulares
não são exclusivos da nossa pesquisa.*

**Algumas escolas do Rio de Janeiro divulgaram
um aumento da presença dos estudantes em
biblioteca, chegando a 40%, e da procura por
jogos e atividades manuais (O Globo, 2025).**

**Em Porto Alegre, corpos docentes têm relatado
um aumento de atenção e concentração
por parte dos alunos (O Humanista, 2025).**

A proibição no entretenimento

A banda Ghost proibiu a entrada de celulares em sua atual turnê. O vocalista da banda, Tobias Forge, explica a decisão como uma **busca de gerar uma conexão mais direta entre a banda e o público**: "juro que a experiência (antes dos celulares) dos shows e a criação de memórias era muito mais poderosa".

O eterno beatle Paul McCartney assume uma postura parecida em seus shows mais intimistas: concertos menores, que o músico tem realizado uma vez por ano. O cantor busca simular um antigo pub inglês: **sem telas, apenas música**.



Tobias Forge em entrevista
ao Planet Rock (2025)



Paul McCartney em show com
proibição de celulares (Brasília - 2023)

Mas qual é a idade certa?

A pesquisa de orientação indicou um desejo dos pais em manter seus filhos **sem um dispositivo móvel próprio até os 12 anos**.

O que está por trás disso?

Conforme recomendações da OMS¹, AAP² e SBP³, é entre as idades de **11 e 13 anos que as crianças passam a entender o conceito de “equilíbrio”**.

Nesta faixa etária, a principal advertência passa pelo uso excessivo das telas e acompanhamento dos pais para alcançar um equilíbrio.

MOVIMENTO DESCONECTA



O Movimento Desconecta é uma iniciativa pela redução, controle e adiamento do acesso ao smartphone e redes sociais pelos filhos. **A proposta passa por adiar a entrega de celular próprio aos filhos até que tenham, pelo menos, 14 anos e acesso a redes sociais até que tenham 16 anos.**

As justificativas pelo adiamento passam pelo vício, prejuízos cognitivos, sono prejudicado, ansiedade, depressão, cyberbullying e risco de distúrbios alimentares. Como o movimento diz: **“até os criadores adiam”**.

O movimento criou um **Passo a Passo** de como movimentar a escola dos seus filhos a fazer parte da desconexão.

1. Organização Mundial da Saúde; 2. Academia Americana de Pediatria;
3. Sociedade Brasileira de Pediatria.

A desconexão programada



Em 2024, o youtuber e streamer **Orochinho passou um mês sem conexão**. Para isso, o youtuber definiu regras, como limite de **1 hora de WhatsApp por dia e computador somente para trabalhar**.

No final da experiência, Orochinho relatou **a melhora no sono, na capacidade de conseguir ficar sem fazer nada e a volta à leitura**. Foram quase **20 livros novos**.



Você sabia?

Pesquisadores da Universidade de Alberta, Canadá, realizaram um experimento com 467 voluntários que tiveram o acesso à internet bloqueado. O resultado? **Melhoras no bem-estar, na saúde mental e na capacidade de manter a atenção**.

August Lamm, uma influencer britânica, foi mais radical. Ela trocou seu smartphone por um “celular burro”; apenas com chamadas e mensagens de texto. A desintoxicação veio ao perceber que seu vício estava deixando-a sem amigos: “Quando você desliga o seu telefone e olha ao redor, percebe que não tem amigos e não está fazendo nada”. Desde então, August sente que passou a colocar mais ênfase nas redes não digitais e teve ótimos resultados.



PERCEPÇÃO ACADÊMICA

“Muitos estavam optando por sair do Instagram ou Facebook”



Uma das motivações de Thiago Trindade em pesquisar o detox digital foi sua experiência com estudantes do ensino médio: *“eu percebia que alguns dos meus alunos estavam em processo de migração dos telefones. Muitos estavam optando por sair do Instagram ou do Facebook. Tinham redes sociais e estavam querendo sair”.*



Thiago Trindade

Mestre e doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (Poscom/UFSM). Integra o Grupo de Pesquisa Tecnologias e Culturas Digitais (TCDIG), vinculado à Intercom, onde atua na gestão científica. Seus interesses de pesquisa incluem desintoxicação digital, culturas digitais, uso de smartphones e etnografia.

* O pesquisador diferencia vício e dependência da seguinte maneira: 1) O vício é uma patologia.
2) A dependência é a necessidade de algo (conexão) para trabalhar ou para lidar com o dia a dia de forma simplificada (comprar, cadastrar-se em programas do governo, locomover-se etc.).

“As pessoas não têm mais escolhas se elas querem ficar desconectadas”.

Segundo Thiago, vivemos um modelo de **conexão coercitiva**, com uma dependência da conexão que muitas vezes atravessa o trabalho e o lazer: “não tem uma claridade sobre o que é um momento de lazer e o que é um momento de trabalho”.

Outra motivação da desconexão é a busca por **autenticidade**: “cada vez mais começam a questionar ‘estou vivendo muito conectado, eu sinto saudade das minhas perspectivas (...)’ é uma questão que vem muito assimilada a uma memória afetiva”.

“As pessoas não estão se sentindo mal porque elas estão viciadas; é porque elas estão dependentes.* E esse modelo de dependência é construído pelo modelo de sociedade que a gente vive”.

PERCEPÇÃO ACADÊMICA

“A gente não tem um processo de letramento digital”

O Brasil não tem olhado para o letramento digital, ou seja, a capacidade de usar a tecnologia de forma consciente e segura. Isso afeta principalmente os mais jovens. O digital, então, “*pode ser problemático, porque pode ser o início de muitas patologias ou até mesmo de causa de traumas, estresses que podem vir*”.



Três recomendações do especialista para uma internet mais saudável

Para o pesquisador, é urgente repensar os limites éticos da publicidade e seu impacto social:

“*A gente tem que pensar a publicidade de maneira crítica (...) Se hoje a gente está passando por uma CPI das Bets, é porque certamente não foi feito um posicionamento crítico da publicidade, que permitiu que influencers falassem sobre jogos de azar da maneira como falaram*”.

- 1 “*A gente tem que ser mais sentinela naquilo que a gente está comunicando*”.
- 2 “*Pensar que esse modelo está se tornando cansativo para o indivíduo*”.
- 3 “*Perspectiva de bem-estar do indivíduo, regularização, letramento*”.

PERCEPÇÃO DA SALA DE AULA

A valorização do não digital

Para Maria Leite, “a geração alpha foi moldada por uma época de mudanças e desafios sociais significativos, que trouxeram discussões substanciais sobre saúde mental”. O debate sobre telas e bem-estar estão no currículo escolar, escola, educadores, pais e na própria geração alpha.

“Uma maior noção dos impactos negativos das telas, junto com o empoderamento dos jovens, são alavancas para a valorização de experiências não-digitais”.

Ceder ou proteger?

O impacto das telas é tema constante no ambiente escolar e nas conversas com responsáveis. Maria Leite percebe uma pressão entre os pais para antecipar o acesso dos filhos ao celular: **“Primeiro, muitos pais ainda estão começando a entender o impacto do acesso às telas. Segundo, há a crença de que o aparelho traz segurança imediata. Terceiro ponto, pais relatam que “cederam” pois os filhos fizeram muita pressão, e, como os “amigos já tinham”, o medo da exclusão passou a existir.”**



Maria Leite

Mestre em Educação Inclusiva e Especial pelo Teachers College, Columbia University. Mais de 11 anos de experiência em escolas nacionais e internacionais como professora transdisciplinar e instrutora de Empreendedorismo. Educadora e consultora parental. Cofundadora da marca Ms. Maria.

PERCEPÇÃO DA SALA DE AULA

O esporte como fuga da conexão

Existem evidências científicas sobre a relação da prática de esporte e a desconexão digital.

A educadora destaca o papel dos profissionais da educação física em escolinhas de esportes, auxiliando na formação de uma rotina saudável e física:

“Eles falavam constantemente sobre os cuidados com alimentação e o corpo. Isto acaba sendo internalizado pelos alunos e suas famílias e pode resultar na desconexão digital.”



A disputa por atenção



O Brasil não é o único país com políticas de proibição do aparelho celular em sala de aula: “Na última escola que trabalhei em Miami não era permitido que os alunos usassem celular. (...) **Para os pais, era um alívio** saber que dentro da escola **não precisavam se preocupar com o acesso livre às redes**. Para os professores, **era um ‘jogador’ a menos brigando pela atenção dos alunos**”.

No Brasil, Maria Leite teve a oportunidade de uma experiência mais propulsiva com aulas de educação digital:

“Armar os jovens com conhecimento de técnicas de persuasão, estratégias de marketing, distinção entre conteúdo editorial e publicidade, fake news; é a melhor forma de garantir que estejam preparados para o que vão ver na internet.”

Principais aprendizados

- **Os alphas já influenciam o presente e vão dominar o consumo no futuro.**
A Geração Alpha já influencia o comportamento de compra de suas famílias e, em breve, dominará o mercado. Marcas que começarem a construir vínculo agora estarão um passo à frente.
- **A hiperconexão tem custos reais; marcas conscientes não podem ignorá-los.**
Os efeitos do uso excessivo de telas vão da piora na saúde mental à instabilidade emocional e distúrbios do sono. Marcas que desejam relevância duradoura devem incorporar responsabilidade digital em sua comunicação e promover experiências mais equilibradas.
- **As experiências não digitais são grandes aliadas na construção de relevância.**
Com a redução do tempo nas redes sociais, cresce o filtro de quem consome conteúdo. As experiências físicas ganham valor. Estar presente no “mundo offline” não é só complementar o digital; é criar conexão profunda com quem escolheu estar menos online.
- **A proibição é tática e pontual. O equilíbrio é o alvo.**
Em um cenário de alta dependência digital, uma desconexão total é irreal. Medidas como a proibição de celulares nas escolas são importantes, mas limitadas. O que se busca, no fim, é o equilíbrio: um uso mais consciente da tecnologia e mais espaço para experiências significativas fora das telas.
- **O digital não acabou, mas precisa de novos códigos. O principal deles é ético.**
Tudo indica que, nos próximos anos, a publicidade continuará sendo fortemente digital, mas o movimento de desconexão revela um esgotamento claro. Cabe às marcas liderarem uma nova era de comunicação: mais crítica, consciente e voltada ao bem-estar de quem está do outro lado.



Três ações para uma desconexão programada estratégica

por **Guilherme Loureiro**, Diretor de Estratégia da 3mais

1 Criar experiências em que a presença importa

Que tal proporcionar experiências de marca em que o digital dá uma pausa? Pode ser uma oficina manual, uma caminhada coletiva, um espaço de convivência sem wi-fi ou até uma exposição sensorial. Assim como LEGO e Nex Playground já estão fazendo, a ideia aqui é simples: **permitir que as pessoas se conectem com o que está ao redor** — e com elas mesmas — **sem precisarem de uma tela no meio**.

2 Propor uma Semana Detox nas escolas

A desconexão precisa de aliados. E as escolas são um ótimo ponto de partida. **Imagine propor, junto a instituições de ensino, uma semana de atividades que envolvam toda a comunidade escolar**: debates, desafios offline, rodas de conversa sobre saúde mental, oficinas de criatividade sem telas e até um “dia do celular burro”, inspirado na experiência da August Lamm. Tudo isso para mostrar que dá pra viver – e muito bem – fora do modo online.

3 Pensar serviços com um “modo desconectado”

Já pensou se o seu produto ou serviço pudesse, de algum jeito, **incentivar o cliente a dar um respiro digital?** Pode ser um QR Code que desbloqueia uma brincadeira offline, um “modo detox” no app da marca ou até um alerta carinhoso dizendo: “Hora de descansar, volte amanhã”. **Pequenas atitudes que mostram que sua marca se importa não só com a presença digital das pessoas, mas com o bem-estar delas também.**

REFERÊNCIAS E RECOMENDAÇÕES

(PARA APROFUNDAR A LEITURA)

- **A Geração Alpha.**
[Gen Alpha: the real picture \(GWI, 2023\)](#)
[Generation Alpha \(Razorfish, 2024\)](#)
[The development of brand awareness in young children: how do young children recognize brands? \(2016\) - Yasare A. Arnas, Isil Tas e İrem G. Oğul](#)
- **Os custos da hiperconexão.**
[Prevalence of problematic smartphone usage and associated mental health outcomes amongst children and young people: a systematic review, meta-analysis and GRADE of the evidence \(2019\) - Sei Y. Sohn et al.](#)
[Estatísticas TIC para crianças de 0 a 8 anos de idade \(Cetic.br, 2025\)](#)
- **A desconexão nos mais novos.**
[Understanding digital disconnection beyond media studies \(2021\) - Hallvard Moe e Ole J. Madsen](#)
- **A busca do equilíbrio.**
[Cresce a procura por livros em bibliotecas escolares após proibição de celulares \(O Globo, 2025\)](#)
[Após dois meses, professores e estudantes veem benefícios na proibição de celulares nas escolas \(O Humanista, 2025\)](#)
[Influencer faz detox de smartphone após vício deixá-la sem amigos e adota celular 'burro' \(Extra, 2025\)](#)
- **A Desconexão Programada.**
["Desconectar para reconectar": uma etnografia sobre o fenômeno do detox digital \(2024\) - Thiago Álvares da Trindade](#)

agência3 agora é 3mais

NOSSO OLHAR

A escolha pela desconexão digital surge como resposta à exaustão das telas. É uma decisão, por vezes, individual, mas que reflete diretamente o modelo de sociedade em que vivemos. Enquanto os nativos digitais buscam pausas conscientes das redes, as gerações anteriores tentam equilibrar o tempo de tela entre trabalho e lazer. Isso quer dizer que o filtro de conteúdo ficou ainda mais rigoroso e as marcas precisam repensar como gerar verdadeira relevância.

Na 3mais, estamos atentos e comprometidos com as transformações da sociedade. Ajudamos marcas a construírem conexões mais humanas, unindo o digital com experiências significativas. Mais do que estar em todos os lugares, acreditamos que é preciso estar onde faz sentido.

Se essa perspectiva faz sentido para você e sua marca, escaneie o QR Code ao lado. Estamos prontos para trilhar esse novo caminho juntos. Até a próxima edição! ❤️



Se preferir, [fale com a gente por e-mail](#).



ENTREVISTADOS

Maria Leite

Thiago Trindade

EQUIPE EDITORIAL

Angelo Ferrari

Guilherme Loureiro

Rômulo Vieira

Murilo Brum

Francisca Nunes