

ESCUTA, ÉTICA E ESTRATÉGIA: O QUE PERMANECE HUMANO FRENTE A AUTOMAÇÃO

Danniele Nogueira Maciel

O avanço da inteligência artificial vem transformando diferentes profissões, inclusive no Direito e no Marketing Digital. Este relato apresenta uma reflexão fundamentada em experiências pessoais atuando nessas duas áreas, onde a IA passou a ser utilizada de forma cotidiana. O objetivo é refletir sobre quais competências humanas permanecem indispensáveis em um cenário de crescente automação. A questão que norteia o trabalho é: até que ponto a IA pode apoiar sem substituir o olhar crítico, ético e relacional do profissional? A metodologia baseia-se no relato analítico de vivências recentes. Em diversas situações, a IA otimizou tarefas repetitivas, como organizar dados jurídicos ou apoiar na criação de conteúdos. No entanto, tanto na advocacia quanto no marketing, percebi que, embora a máquina organize informações em segundos, foi a minha escuta atenta, o olhar detalhista e a capacidade de identificar pontos estratégicos específicos de cada cliente que permitiram refinar e individualizar casos e projetos. Esses momentos mostraram que o lado humano é insubstituível no processo. Os resultados reforçam que a IA amplia a produtividade e otimiza processos, mas não resolve aquilo que exige julgamento ético, empatia e criatividade. Conclui-se, portanto, que a formação acadêmica não deve restringir-se ao domínio técnico: precisa desenvolver competências humanas capazes de dialogar com a tecnologia sem perder a centralidade da sensibilidade e da ética.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Competências Humanas; Formação Acadêmica; Marketing Digital; Ética