

"LA RELACIÓN ENTRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) E INTELIGENCIA EMOCIONAL (IE): COMPLEMENTARIEDAD Y CONTRASTE"

Mgter. Antonio Ezequiel Di Génova

- ▶ Presidente de REDIRP: Red Iberoamericana de RR.PP.
- ▶ Rector del ILCE
- ▶ CEO de ADIG Antonio Di Génova Group.
- ▶ Autor:

**VI CUMBRE LATINOAMERICANA
DE RELACIONES PÚBLICAS
Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**
"Relaciones Públicas con Propósito: la construcción de relaciones duraderas y mutuamente beneficiosas"
4 y 5 de septiembre 2026 – Buenos Aires – Argentina

ANTONIO EZEQUIEL DI GÉNOVA

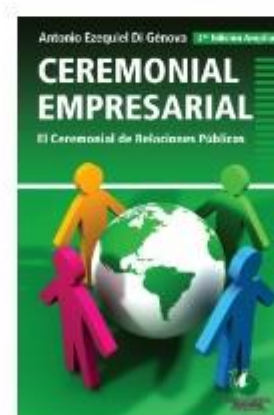
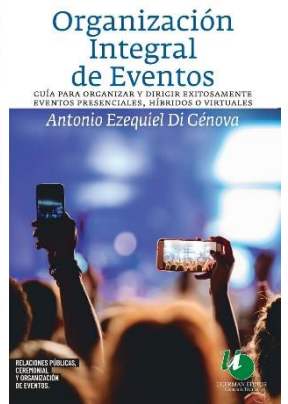
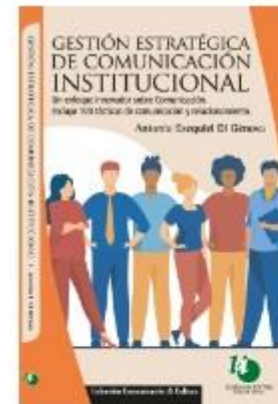
**LA RELACIÓN ENTRE
INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) E
INTELIGENCIA EMOCIONAL (IE):
COMPLEMENTARIEDAD Y CONTRASTE**

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL

REDIRP
Red Iberoamericana de Relaciones Públicas

ILCE
INSTITUTO LATINOAMERICANO DE
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

PARTNER ACADÉMICO:
UAI
Universidad Abierta Interamericana





El perfil del comunicador del siglo 21 exige una doble alfabetización:

- Comprender el funcionamiento básico de herramientas de IA.
- Desarrollar y fortalecer la Inteligencia Emocional.

La Inteligencia Artificial (IA) ha transformado profundamente la forma en que las instituciones se comunican, gestionan su reputación y construyen vínculos con sus públicos.

➔ La Inteligencia Emocional (IE) se consolida como una competencia crítica para los profesionales las relaciones públicas, al permitir interpretar, comprender y gestionar las emociones propias y ajenas en entorno complejos y dinámicos.

Lejos de constituir fuerzas opuestas, la IA y la IE representan dimensiones complementarias que, integradas estratégicamente, potencian la eficacia comunicacional.

Inteligencia Artificial:

Potencia analítica y automatización estratégica



La Inteligencia Artificial se refiere a sistemas capaces de procesar grandes volúmenes de datos, reconocer patrones, aprender de la experiencia y ejecutar tareas de manera autónoma. En comunicación y relaciones públicas, su impacto es visible en múltiples áreas:

- Monitoreo de medios y redes sociales en tiempo real.
- Análisis de conversaciones y reputación.
- Segmentación avanzada de audiencias.
- Automatización de contenidos y respuestas iniciales.
- Predicción de escenarios de crisis.

Inteligencia Emocional: El núcleo humano de la comunicación



La Inteligencia Emocional comprende habilidades como el autoconocimiento, la autorregulación, la empatía, la motivación y las competencias sociales.

Pilar Sordo prefiere llamar a las habilidades blandas "competencias personales" en lugar de "soft skills". Según Pilar, el término "blandas" las coloca en un segundo plano en comparación con las habilidades técnicas.

En el campo de las relaciones públicas, estas capacidades resultan esenciales para:

- Construir relaciones de confianza sostenidas.
- Gestionar conflictos y crisis con sensibilidad.
- Interpretar climas organizacionales y sociales.
- Liderar equipos diversos.
- Diseñar mensajes alineados con valores y expectativas.



Complementariedad: Tecnología al servicio de la humanidad

La verdadera ventaja competitiva surge cuando IA e IE trabajan de forma integrada. La IA aporta velocidad, escala y precisión; la IE aporta criterio, empatía y sentido estratégico.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL VS. INTELIGENCIA EMOCIONAL



Para empezar, la inteligencia artificial no tiene cuerpo ni emociones. Entonces, ¿cómo puede ser inteligente acerca de las emociones?

Los seres humanos importan aún más en un mundo dominado por la IA, tomando como ejemplo la inteligencia emocional o EQ

Las siglas EQ vienen del inglés Emotional Quotient, que se traduce como Coeficiente Emocional

Un punto clave: la IA tiene un coeficiente intelectual muy alto. Paradójicamente, esto aumenta el valor de la inteligencia emocional, porque la IA realiza cada vez más tareas cognitivas mientras sigue siendo incapaz de realizar verdaderamente las emocionales.

La autoconciencia emocional -el fundamento de la inteligencia emocional- no ocurre en la IA.



La IA no tiene interocepción: no experimenta un corazón que se acelera, ni una opresión en el pecho, ni un vacío en el estómago; esas primeras señales de la emoción en los seres humanos.

La autoconciencia emocional... comienza sintiendo que algo está ocurriendo fisiológicamente antes incluso de tener palabras para describirlo. La IA no tiene ningún equivalente de eso.

La IA tampoco posee —ni necesita— regulación emocional, la segunda dimensión de la inteligencia emocional.

La autorregulación significa que algo nos activa fisiológicamente, para bien o para mal —y de ese modo obtenemos información—, y luego somos capaces de ser resilientes, de recuperar la serenidad antes de responder.

Una persona que jamás se sintiera alterada no sería resiliente: sería insensible.

IA + IE: UNA NUEVA FORMA DE LIDERAZGO



El liderazgo implica tomar decisiones estratégicas, como definir una dirección, asignar recursos y hacer responsables a las personas por sus resultados. La IA puede ser excelente en estas tareas.

Un objetivo mucho más frecuente para los sistemas de IA es “optimizar el engagement”, algo que no es en absoluto equivalente a preocuparse verdaderamente por el bienestar de la persona que utiliza el sistema.

Un líder extraordinario crea una sensación de seguridad psicológica entre las personas que lidera: confiamos en él, sentimos que nos ve y nos reconoce.

Pero cuando llegamos a la dimensión relacional del liderazgo, la IA no puede desarrollar auténticamente confianza, hacer que las personas se sientan conocidas y cuidadas, ni conseguir que estén dispuestas a seguirla en entornos de alto riesgo.

LA ÚLTIMA INTELIGENCIA: LA INTELIGENCIA CRISTALIZADA

Arthur C. Brooks, profesor de Harvard:
“Es una inteligencia que nace a partir de los 40 años”

A diferencia del pensamiento disruptivo característico de la juventud, la inteligencia cristalizada experimenta un crecimiento sostenido durante la adultez central y la madurez. Según el experto, este tipo de conocimiento “aumenta astronómicamente a través de tus cuarenta y cincuenta. Se mantiene alto en tus sesenta, setenta, ochentas”

En el contexto de la comunicación, las relaciones públicas y el liderazgo, la inteligencia cristalizada resulta especialmente relevante: la experiencia permite reconocer patrones, anticipar reacciones de los públicos, interpretar contextos y seleccionar estrategias comunicacionales que ya han demostrado ser eficaces.



Los nuevos paradigmas de las Relaciones Públicas

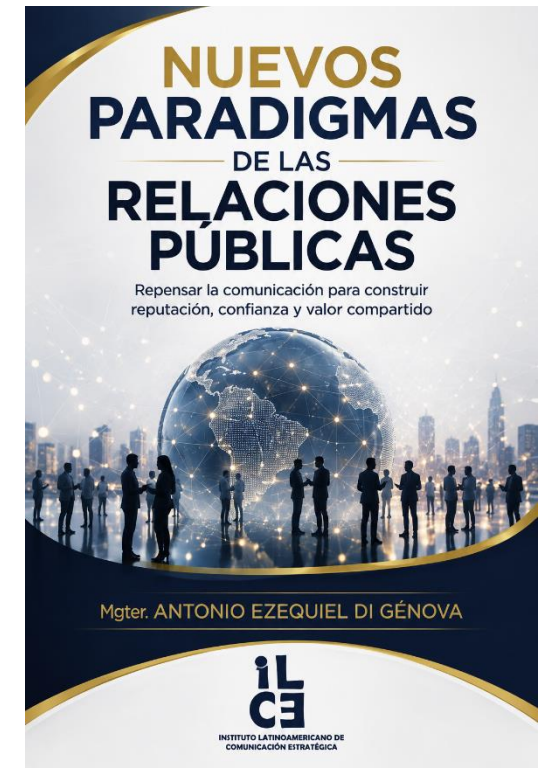
Autor: Mgter. Antonio Ezequiel Di Génova

Una nueva mirada sobre las Relaciones Públicas

Los nuevos paradigmas de las Relaciones Públicas proponen una revisión profunda de los fundamentos, prácticas y desafíos de la disciplina en un contexto caracterizado por la **sobreinformación, la hiperconectividad, la inteligencia artificial, la hipertransparencia, la transformación digital, la volatilidad social y la crisis de confianza.**

La obra parte de una premisa central: **las Relaciones Públicas ya no pueden limitarse a gestionar comunicación institucional; deben gestionar estratégicamente relaciones, experiencias, confianza, reputación y legitimidad en ecosistemas cada vez más complejos.**

El cambio de paradigma implica pasar de una concepción tradicional centrada en la emisión de mensajes y la administración de públicos hacia una perspectiva **sistémica, estratégica, relacional, tecnológica, ética y humana.**



«Donde empieza mi nombre».

Te quiero de una manera
que no sabe defenderse.

Como quien deja una puerta entornada
por si acaso vuelve el verano,
como quien guarda una taza
porque todavía recuerda
las manos que la sostuvieron.

No sé qué hacer con tu ausencia.
La pongo junto al pan,
junto a las llaves,
junto a las cosas pequeñas
que todavía llevan tu forma.

Y entonces sucede:

la tarde entra despacio por la ventana,
la luz toca el suelo
y durante un instante
todo parece estar en su sitio.

Quizá el amor sea esto:
no conseguir que te quedes,
sino encontrar tu rostro
en aquello que permanece.

Por eso te nombro poco.

Para no gastarte.

Para que cuando llegue la noche
y nadie me pregunte por ti,
pueda cerrar los ojos
y todavía sentir
que alguien me llama
desde el lugar exacto
donde empieza mi nombre.



AUTORES RELEVANTES SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL

Mayer y Salovey: los autores fundamentales

Si hablamos estrictamente del origen académico del concepto, hay que comenzar por Peter Salovey y John Mayer. En 1990 publicaron *Emotional Intelligence*, donde plantearon la IE como un conjunto de capacidades relacionadas con la percepción, expresión, regulación y utilización de las emociones.

Posteriormente desarrollaron el modelo de cuatro ramas:

- **Percepción emocional:** identificar emociones propias y ajenas.
- **Facilitación emocional del pensamiento:** utilizar las emociones para favorecer determinados procesos cognitivos.
- **Comprensión emocional:** interpretar las emociones y sus relaciones.
- **Regulación emocional:** manejar las emociones para favorecer el crecimiento intelectual y emocional.



Daniel Goleman: de la teoría al mundo organizacional

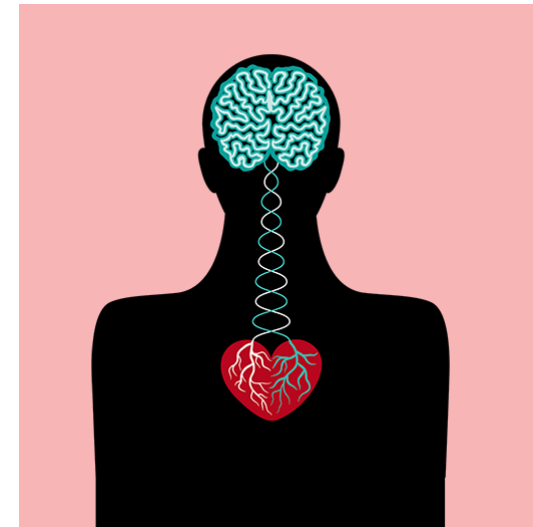
Su libro *Emotional Intelligence* (1995) produjo una enorme expansión del concepto fuera del ámbito estrictamente académico. Posteriormente, en *Working with Emotional Intelligence* (1998), trasladó el concepto al mundo laboral y organizacional.

Su propuesta suele organizarse alrededor de:

- Autoconciencia
- Autorregulación
- Motivación
- Empatía
- Habilidades sociales

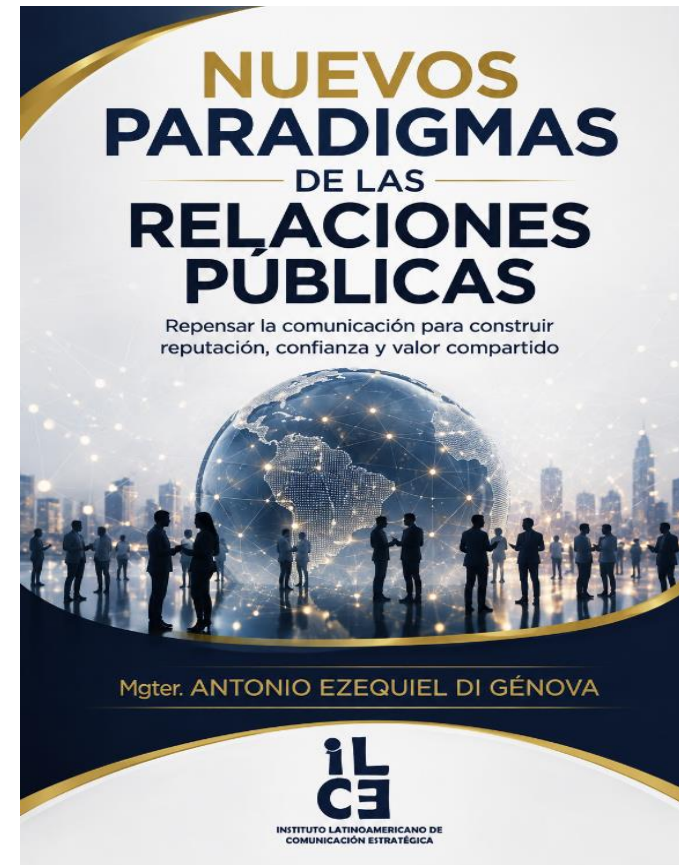
Su gran aporte fue mostrar que la competencia profesional no depende exclusivamente del conocimiento técnico o del CI, sino también de la capacidad para reconocer, comprender y gestionar las emociones propias y las de los demás.

“El futuro de las Relaciones Públicas no será exclusivamente digital ni exclusivamente humano: será híbrido.” — *Antonio Ezequiel Di Génova*



Aprendizaje clave: automatizar procesos, no deshumanizar relaciones







Mgter. Antonio E. Di Génova

E-mail: info@antoniodigenova.com

Móvil: +54-911-5595-9511

www.redirp.com