



REVISTA MULTIDISCIPLINAR EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS

Volumen 3, Número 2
Abril-Junio 2026

Edición Trimestral

CROSSREF PREFIX DOI: 10.71112

ISSN: 3061-7812, www.omniscens.com

Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias

Volumen 3, Número 2
abril-junio 2026

Publicación trimestral
Hecho en México

La Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias acepta publicaciones de cualquier área del conocimiento, promoviendo una plataforma inclusiva para la discusión y análisis de los fundamentos epistemológicos en diversas disciplinas. La revista invita a investigadores y profesionales de campos como las ciencias naturales, sociales, humanísticas, tecnológicas y de la salud, entre otros, a contribuir con artículos originales, revisiones, estudios de caso y ensayos teóricos. Con su enfoque multidisciplinario, busca fomentar el diálogo y la reflexión sobre las metodologías, teorías y prácticas que sustentan el avance del conocimiento científico en todas las áreas.

Contacto principal: admin@omniscens.com

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación

Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido de la publicación sin previa autorización de la Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias siempre y cuando se cite la fuente completa y su dirección electrónica.

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución 4.0.



Copyright © 2026: Los autores



9773061781003

Cintillo legal

Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias Vol. 3, Núm. 2, abril-junio 2026, es una publicación trimestral editada por el Dr. Moises Ake Uc, C. 51 #221 x 16B , Las Brisas, Mérida, Yucatán, México, C.P. 97144 , Tel. 9993556027, Web: <https://www.omniscens.com>, admin@omniscens.com, Editor responsable: Dr. Moises Ake Uc. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2024-121717181700-102, ISSN: 3061-7812, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR). Responsable de la última actualización de este número, Dr. Moises Ake Uc, fecha de última modificación, 1 abril 2026.



Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias

Volumen 3, Número 2, 2026, abril-junio

DOI: <https://doi.org/10.71112/c39dvn85>

**LOS LÍMITES EPISTEMOLÓGICOS DEL DESIGN THINKING: INNOVACIÓN, MITO Y
RACIONALIZACIÓN CONTEMPORÁNEA**

**THE EPISTEMOLOGICAL LIMITS OF DESIGN THINKING: INNOVATION, MYTH
AND CONTEMPORARY RATIONALIZATION**

Javier Alfonso Mendoza Betin

Colombia

Los límites epistemológicos del design thinking: innovación, mito y racionalización contemporánea

The epistemological limits of design thinking: innovation, myth and contemporary rationalization

Dr. Javier Alfonso Mendoza Betin^{a,*}

j.mendezabetin@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8355-8581>

*Autor de correspondencia: j.mendezabetin@gmail.com, ^aUNINI Mexico, Colombia.

RESUMEN

El presente ensayo analiza críticamente el Design Thinking desde perspectivas epistemológicas, ontológicas, dialécticas y complejas, interpretándolo no solo como metodología de innovación, también como un mito contemporáneo socialmente construido y legitimado institucionalmente. A partir de un enfoque cualitativo crítico-hermenéutico y transdisciplinario, se realiza un análisis documental de literatura filosófica y científica indexada en Scopus, Web of Science y otras bases de alto impacto publicadas principalmente entre 2018 y 2025. El estudio confronta posturas pragmáticas que defienden la eficacia del Design Thinking con perspectivas críticas que cuestionan su universalización, debilidad epistemológica y función como narrativa organizacional moderna. Los resultados evidencian que, aunque el Design Thinking facilita creatividad, innovación y adaptabilidad organizacional, su expansión global responde también a dinámicas de legitimación simbólica, poder institucional y discursos contemporáneos de innovación. Se concluye que el Design Thinking constituye

simultáneamente una herramienta operativa y un mythos organizacional contemporáneo parcialmente desvinculado del logos filosófico clásico.

Palabras clave: design thinking; epistemología crítica; mythos y logos; innovación organizacional; mito racionalizado contemporáneo.

ABSTRACT

This essay critically analyzes Design Thinking from epistemological, ontological, dialectical, and complex perspectives, interpreting it not only as an innovation methodology but also as a socially constructed and institutionally legitimized contemporary myth. Through a qualitative critical-hermeneutic and transdisciplinary approach, a documentary analysis of philosophical and scientific literature indexed in Scopus, Web of Science, and other high-impact databases published mainly between 2018 and 2025 is conducted. The study confronts pragmatic positions that defend the effectiveness of Design Thinking with critical perspectives that question its universalization, epistemological fragility, and function as a modern organizational narrative. The findings reveal that, although Design Thinking promotes creativity, innovation, and organizational adaptability, its global expansion also responds to dynamics of symbolic legitimization, institutional power, and contemporary innovation discourses. It is concluded that Design Thinking simultaneously constitutes an operational tool and a contemporary organizational mythos partially detached from classical philosophical logos.

Keywords: design thinking; critical epistemology; mythos and logos; organizational innovation; contemporary rationalized myth.

Recibido: 26 mayo 2026 | Aceptado: 9 junio 2026 | Publicado: 10 junio 2026

INTRODUCCIÓN

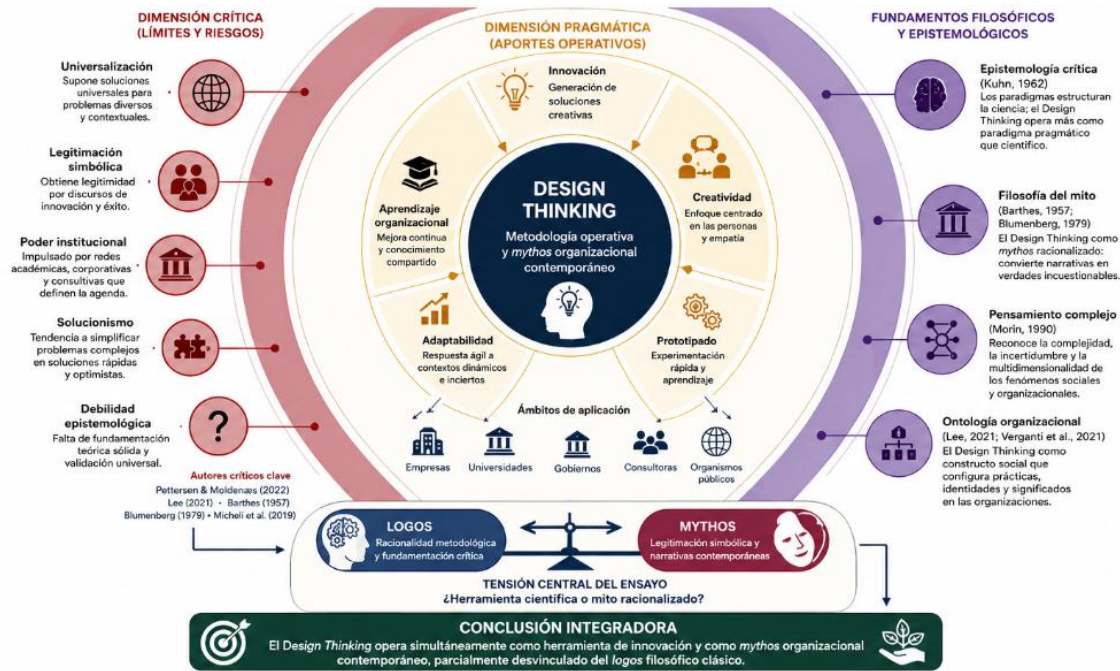
Durante las últimas décadas, el Design Thinking se ha consolidado como uno de los enfoques más influyentes en innovación, gestión organizacional, emprendimiento y transformación institucional. Su expansión global ha sido impulsada por universidades, consultoras, empresas y organismos públicos que lo presentan como una metodología capaz de resolver problemas complejos mediante creatividad, empatía y trabajo colaborativo. Sin embargo, detrás de esta legitimación surge una pregunta epistemológica central: ¿el Design Thinking constituye realmente una construcción sustentada desde el logos científico o funciona como un mito racionalizado contemporáneo?

El presente ensayo analiza críticamente el Design Thinking desde marcos dialécticos, complejos y críticos, articulando filosofía del mito, epistemología, ontología y teoría organizacional. A diferencia de otros estudios centrados en su utilidad práctica, este trabajo propone una lectura filosófica que interpreta el Design Thinking simultáneamente como metodología operativa, paradigma organizacional emergente y narrativa simbólica naturalizadora.

El principal aporte original del ensayo consiste en sostener que el Design Thinking facilita creatividad e innovación en determinados contextos, pero su universalidad ha estado impulsada más por dinámicas de justificación institucional, discursos gerenciales y estructuras de poder académico-corporativas que por una fundamentación epistemológica sólida y universal desde el logos crítico. Desde esta perspectiva, el Design Thinking representa uno de los mitos sistematizados más representativos de la sociedad contemporánea de la innovación.

Figura 1

Modelo epistemológico y crítico del Design Thinking como mythos organizacional moderno.



Nota: La figura sintetiza las tensiones epistemológicas, ontológicas, éticas y organizacionales que estructuran el análisis crítico del Design Thinking. El modelo integra perspectivas pragmáticas y críticas provenientes de la filosofía del mito, epistemología crítica, pensamiento complejo y teoría organizacional, interpretando el Design Thinking simultáneamente como metodología operativa de innovación y como mythos organizacional contemporáneo legitimado institucionalmente. Elaboración propia con base en Barthes (1957), Blumenberg (1979), Kuhn (1962), Morin (1990), Brown (2008), Martin (2009), Pettersen y Moldenæs (2022), Lee (2021), Micheli et al. (2019) y Verganti et al. (2021).

METODOLOGÍA

En el entorno de expansión de las metodologías de innovación, el Design Thinking se ha consolidado como una de las más influyentes en innovación, educación, gestión y transformación organizacional. Su rápida expansión ha trascendido el ámbito del diseño para

incorporarse en el sector real, posicionándose como una herramienta capaz de resolver problemas complejos mediante innovación y trabajo colaborativo. No obstante, más allá de su aparente eficacia instrumental, el crecimiento del Design Thinking ha despertado importantes debates filosóficos, epistemológicos, ontológicos, éticos y políticos relacionados con las formas contemporáneas de la producción científica.

En este escenario, el trabajo tiene como propósito analizar críticamente el Design Thinking desde marcos dialécticos, complejos y críticos, interpretándolo simultáneamente como metodología práctica de innovación, enfoque contemporáneo de gestión y discurso aceptado formalizado. La investigación parte de la premisa de que el Design Thinking no constituye únicamente un conjunto de herramientas metodológicas orientadas a la resolución de problemas, sino también una construcción discursiva y simbólica reconocida por universidades, consultoras, empresas multinacionales, organismos públicos y comunidades académicas que lo presentan como solución universal para la innovación organizacional y social.

Pregunta de investigación, objetivo general y metodología

El ensayo parte de la siguiente pregunta de investigación: ¿hasta qué punto el Design Thinking constituye una metodología sustentada epistemológicamente desde el logos científico o representa un mito racionalizado contemporáneo legitimado institucionalmente dentro de la sociedad de la innovación? A partir de este interrogante, el objetivo general consiste en analizar críticamente el Design Thinking desde marcos dialécticos, complejos, ontológicos y epistemológicos, con el fin de comprender sus relaciones con los procesos contemporáneos de validación y generación de conocimiento científico.

Metodológicamente, el trabajo se desarrolla desde un enfoque cualitativo de carácter crítico-hermenéutico y transdisciplinario, articulando elementos de filosofía del mito, epistemología crítica, ontología, pensamiento complejo, teoría organizacional y estudios contemporáneos sobre innovación. El método empleado corresponde al análisis documental y

hermenéutico de literatura científica y filosófica especializada, orientado a interpretar las tensiones existentes entre *mythos*, *logos*, racionalidad metodológica e institucionalidad alrededor del Design Thinking.

Desde estas perspectivas, autores como Barthes (1957), Blumenberg (1979), Kuhn (1962), Morin (1990), Pettersen y Moldenæs (2022), Verganti et al. (2021), Micheli et al. (2019) y Lee (2021) permiten problematizar las tensiones existentes entre racionalidad técnica, validación institucional, producción simbólica y relaciones de dominación alrededor del Design Thinking. De igual manera, investigaciones recientes en educación, salud, sostenibilidad e innovación organizacional evidencian tanto sus aportes prácticos como sus limitaciones epistemológicas y contextuales (McLaughlin et al., 2019; Baldassarre et al., 2024; Alvarado, 2025; Fitriyah et al., 2025).

En términos metodológicos, el corpus literario utilizado fue seleccionado bajo criterios de pertinencia temática, impacto académico, actualidad y diversidad epistemológica. Se priorizaron artículos científicos, revisiones sistemáticas y obras filosóficas clásicas y contemporáneas indexadas en bases de datos de alto impacto como Scopus, Web of Science, Springer, Wiley, Frontiers, Elsevier y revistas especializadas en innovación, gestión, filosofía y educación. Igualmente, se incorporaron textos fundacionales de filosofía y epistemología que permiten comprender las relaciones entre *mythos*, *logos*, paradigma, complejidad y acreditación del conocimiento. El criterio temporal se concentró principalmente en investigaciones publicadas entre 2018 y 2025 sobre Design Thinking, complementadas con autores clásicos indispensables para el desarrollo teórico y crítico del ensayo.

A partir de esta selección, el desarrollo del trabajo se estructura en tres grandes ejes analíticos interrelacionados. En primer lugar, se realiza una evaluación dialógica, multidimensional y reflexiva del Design Thinking como discurso representativo estandarizado, explorando las tensiones entre pragmatismo organizacional y crítica epistemológica.

Posteriormente, se profundiza en las dimensiones éticas, sociales, políticas y transdisciplinarias asociadas a su expansión global, enfatizando las relaciones entre conocimiento, poder y aceptación corporativa. Finalmente, el ensayo propone una lectura integradora que articula ciencia, filosofía y sociedad para comprender el Design Thinking como metodología de innovación, además como fenómeno cultural y epistemológico característico de la sociedad contemporánea del conocimiento.

El principal aporte original de este ensayo radica en trasladar el análisis del Design Thinking desde una discusión predominantemente metodológica y organizacional hacia una problematización filosófica, epistemológica y crítica sustentada en las relaciones entre *mythos*, *logos*, validación social y reconfiguración racional actual. A diferencia de gran parte de la literatura existente —centrada en creatividad, innovación, prototipado y resolución de problemas— este trabajo propone interpretar el Design Thinking como un fenómeno simultáneamente metodológico, simbólico y político, cuya universalidad responde no solo a resultados operativos verificables, también a dinámicas contemporáneas de poder, validación académica y construcción discursiva.

Asimismo, el ensayo incorpora de manera articulada marcos dialécticos, pensamiento complejo, epistemología crítica y filosofía del mito para cuestionar las bases ontológicas y epistemológicas del Design Thinking, aspecto escasamente desarrollado en los estudios tradicionales sobre innovación organizacional. Desde esta mirada, el trabajo introduce una lectura rigurosa que sostiene que el Design Thinking facilita creatividad e innovación aplicada, pero carece parcialmente de *logos* filosófico profundo, debido a que privilegia acción, prototipado y solucionismo metodológico sobre reflexión valorativa, complejidad estructural y fundamentación epistemológica robusta.

En consecuencia, el ensayo propone comprender el Design Thinking sin perjuicio de ser una herramienta de innovación, como uno de los mitos estructurados más representativos de la

sociedad moderna del conocimiento, respaldado mediante el sector real y discursos globales de transformación organizacional. Esta aproximación busca ampliar el debate académico sobre innovación, incorporando dimensiones filosóficas, éticas, políticas y transdisciplinarias usualmente subordinadas dentro de la literatura tradicional del Design Thinking.

Análisis dialéctico, complejo y crítico del Design Thinking como mito racionalizado contemporáneo.

El análisis del Design Thinking trasciende una discusión exclusivamente metodológica y requiere una comprensión filosófica, epistemológica y organizacional más amplia. Desde esta perspectiva, la aplicación de marcos hermenéuticos, holísticos y cuestionadores permite interpretar el fenómeno no solamente como una herramienta de innovación, también como una construcción figurativa, corporativa y argumentativa que articula conocimiento, legitimidad y poder.

Desde el enfoque dialéctico, el Design Thinking puede comprenderse mediante la relación tesis-antítesis-síntesis. La tesis está representada por las posturas pragmáticas y gerenciales que defienden el Design Thinking como una metodología efectiva para resolver problemas organizacionales, promover creatividad y fortalecer procesos de innovación (Brown, 2008; Martin, 2009; Liedtka, 2018). Bajo esta lógica, la metodología se legitima a partir de resultados verificables, prototipado, aprendizaje organizacional y transformación institucional. Estudios empíricos recientes han mostrado impactos positivos en resiliencia organizacional, creatividad, trabajo colaborativo y sostenibilidad (Mendoza-Betin, 2021; Mayer & Schwemmler, 2024; Schlott, 2024).

Sin embargo, la antítesis nace desde perspectivas críticas que cuestionan la universalización del Design Thinking. Pettersen y Moldenæs (2022) sostienen que esta metodología opera como una master idea o mito racional actualizado, debido a que promete soluciones organizacionales aplicables a cualquier contexto institucional. De forma

complementaria, Lee (2021) critica el paradigma del making y advierte que muchas aproximaciones al Design Thinking reducen la complejidad organizacional a ejercicios superficiales de creatividad y prototipado. Micheli et al. (2019) también señalan que existe dispersión conceptual y debilidad epistemológica en torno al concepto, mientras que Verganti et al. (2021) afirman que el Design Thinking requiere una evolución crítica que evite convertirse en una receta universalista de innovación.

Confrontación epistemológica entre las perspectivas pragmáticas y críticas del Design Thinking

Las tensiones epistemológicas alrededor del Design Thinking emergen con mayor claridad al confrontar las posturas prácticas que defienden su utilidad metodológica con las perspectivas disidentes que cuestionan sus fundamentos filosóficos y su generalización actual. Desde el enfoque empírico, Brown (2008) sostiene que el Design Thinking constituye una metodología capaz de transformar compañías a través de innovación. Para este autor, el principal valor del enfoque radica en su capacidad para resolver desafíos multidimensionales a través de procesos iterativos centrados en las necesidades humanas. En una línea similar, Liedtka (2018) argumenta que el Design Thinking funciona porque reduce incertidumbre, fortalece aprendizaje organizacional y facilita innovación mediante prototipos y validación continua.

De manera complementaria, Martin (2009) interpreta el Design Thinking como una ventaja competitiva organizacional capaz de integrar pensamiento analítico y intuitivo dentro de los procesos de gestión. Buchanan (1992), por su parte, considera que el Design Thinking resulta especialmente pertinente frente a los wicked problems o problemas complejos modernos, debido a que posibilita articular múltiples disciplinas y perspectivas para abordar escenarios ambiguos e inciertos. Bajo estas posturas, el Design Thinking aparece validado

principalmente desde su eficacia práctica, adaptabilidad organizacional y capacidad de innovación aplicada.

Sin embargo, las perspectivas críticas cuestionan precisamente que dicha validación empírica sea suficiente para otorgarle una fundamentación epistemológica sólida y universal. Pettersen y Moldenæs (2022) argumentan que el Design Thinking opera como una master idea del presente, es decir, como un discurso organizacional ampliamente aceptado que favorece soluciones universales sin importar donde se implementen. Desde esta óptica, su expansión mundial no se explica exclusivamente por evidencia empírica robusta, sino también por dinámicas de poder académico, corporativo e institucional que favorecen su difusión como discurso dominante de innovación.

De manera similar, Lee (2021) critica el uso de Design Thinking porque reduce la complejidad estructural de los problemas sociales y organizacionales a ejercicios metodológicos simplificados basados en creatividad, prototipado y solución rápida de desafíos. Según esta postura, el enfoque privilegia la acción inmediata sobre la reflexión ontológica y epistemológica profunda, generando una lógica de solucionismo donde la innovación se convierte en valor absoluto desvinculado de análisis históricos, políticos o estructurales.

Desde la filosofía del mito, Barthes (1957) permite comprender que el Design Thinking puede funcionar como una narrativa socialmente aceptada que naturaliza determinados discursos organizacionales hasta convertirlos en aparentes verdades universales. En este sentido, conceptos como creatividad, innovación, trabajo en equipo y empatía son presentados frecuentemente como soluciones inherentemente positivas, invisibilizando las relaciones de poder, mercado y respaldo institucional que acompañan su expansión. Complementariamente, Blumenberg (1979) sostiene que la modernidad no elimina el mito, por el contrario, produce nuevos mitos codificados capaces de otorgar sentido y legitimidad a las sociedades modernas. Bajo esta interpretación, el Design Thinking podría entenderse como uno de los grandes

mythos organizacionales actuales: normalizado, técnicamente sofisticado y reconocido institucionalmente, pero sustentado parcialmente en promesas universalizantes difíciles de demostrar plenamente desde el logos científico clásico.

La confrontación entonces entre ambas perspectivas revela que el debate sobre el Design Thinking no se limita a determinar si la metodología funciona o no, facilita también comprender desde qué criterios epistemológicos se legitima su validez. Mientras los enfoques pragmáticos privilegian utilidad, adaptabilidad e innovación aplicada, las perspectivas críticas advierten que la eficacia instrumental no necesariamente equivale a solidez epistemológica. En consecuencia, el Design Thinking aparece situado en una tensión permanente entre racionalidad metodológica y legitimación simbólica, entre logos operativo y mythos contemporáneo.

Problematización ontológica del Design Thinking

Más allá de las discusiones metodológicas y epistemológicas, el Design Thinking también plantea importantes interrogantes ontológicos relacionados con la concepción de realidad, ser humano y organización que subyacen a sus fundamentos. En términos ontológicos, toda metodología presupone implícitamente una determinada manera de comprender el mundo, los problemas y las posibilidades de transformación de la realidad. En el caso del Design Thinking, gran parte de su estructura conceptual parece sustentarse en la idea de que los fenómenos organizacionales, sociales e incluso humanos pueden abordarse como problemas susceptibles de intervención, rediseño y solución mediante inventiva, validación experimental e innovación.

Desde esta mirada, nace una primera tensión ontológica: la tendencia del Design Thinking a interpretar la realidad como un conjunto de problemas gestionables y transformables a través de procesos metodológicos relativamente estandarizados. Buchanan (1992) defiende esta aproximación al sostener que el diseño de pensamiento constituye una herramienta

pertinente para abordar los wicked problems modernos. Sin embargo, Lee (2021) advierte que esta lógica puede reducir la complejidad estructural de los fenómenos humanos a dinámicas simplificadas de intervención y solución rápida, privilegiando acción y funcionalidad sobre comprensión profunda de las condiciones conductuales y coyunturales que producen dichos problemas.

Ontológicamente, el Design Thinking también parece sustentarse en una visión del ser humano como agente creativo, adaptable y permanentemente innovador. Aunque esta perspectiva fortalece la colaboración y la creatividad organizacional, simultáneamente corre el riesgo de romantizar la innovación como condición natural y universal de la experiencia humana. Barthes (1957) permite interpretar esta situación como parte de un mito contemporáneo donde el proceso de innovación es universalizado como valores inherentemente positivos e incuestionables dentro de las organizaciones y la sociedad. De manera complementaria, Blumenberg (1979) sostiene que las sociedades modernas reemplazan antiguos sistemas míticos por nuevos relatos racionalizados capaces de otorgar sentido colectivo. Bajo esta perspectiva, el Design Thinking podría entenderse como una ontología contemporánea de la innovación, donde la realidad aparece permanentemente susceptible de rediseño, optimización y transformación metodológica.

Desde el pensamiento complejo, Morin (1990) cuestiona precisamente las visiones reduccionistas de la realidad y advierte que los fenómenos humanos no pueden comprenderse únicamente desde racionalidades instrumentales o funcionales. Aplicado al Design Thinking, esto implica reconocer que muchos problemas sociales y organizacionales no son completamente resolubles mediante creatividad metodológica, debido a que involucran contradicciones estructurales, relaciones de poder, dimensiones culturales y conflictos históricos imposibles de simplificar dentro de procesos lineales de innovación. Por lo tanto, la

complejidad ontológica de la realidad supera frecuentemente las promesas implícitas de adaptabilidad y transformación universal presentes en algunos discursos del Design Thinking.

De igual forma, desde la epistemología crítica y la filosofía del mito, Cortazar Vega (2023) y Kuhn (1962) permiten comprender que las formas contemporáneas de producción de conocimiento no eliminan completamente componentes simbólicos y narrativos. Esto significa que el Design Thinking no solo actúa como metodología, también lo hace bajo una estructura ontológica que moldea la manera en que organizaciones y sujetos comprenden la realidad, la innovación y el cambio institucional. En este sentido, el riesgo ontológico del Design Thinking radica en asumir que toda realidad puede ser intervenida, optimizada o rediseñada mediante metodologías creativas, invisibilizando límites históricos, éticos, políticos y humanos que no siempre son susceptibles de solución metodológica.

En consecuencia, la problematización ontológica permite ampliar la crítica filosófica del Design Thinking más allá de su eficacia instrumental. El debate entonces no consiste únicamente en determinar si la metodología produce innovación, lo extiende a cuestionar qué concepción de realidad construye, qué tipo de sujeto promueve y bajo qué supuestos ontológicos entiende la transformación social y organizacional contemporánea.

La síntesis dialéctica surge al reconocer que el Design Thinking puede ser simultáneamente una metodología útil y un mito racional moderno. En este sentido, el mito no debe entenderse necesariamente como falsedad, debe ser una narrativa legitimadora capaz de movilizar actores, recursos y significados colectivos. Barthes (1957) sostiene que el mito moderno naturaliza discursos e ideas dentro de la sociedad, mientras que Blumenberg (1979) argumenta que la modernidad reemplaza antiguos mitos religiosos por nuevos mitos estructurados. Bajo esta orilla, el Design Thinking adquiere legitimidad mediante universidades, consultoras, revistas académicas, empresas tecnológicas y empresas públicas que lo presentan como símbolo contemporáneo de innovación y transformación organizacional.

Morin (1990) bajo la mirada compleja permite comprender que los problemas organizacionales contemporáneos no pueden abordarse desde visiones lineales. El Design Thinking resulta pertinente únicamente cuando reconoce la multidimensionalidad de los fenómenos humanos, culturales, tecnológicos y económicos. Baldassarre et al. (2024) coinciden en esta necesidad al proponer un Responsible Design Thinking orientado hacia sostenibilidad, ética e innovación responsable. De manera similar, Rösch et al. (2023) sostienen que los resultados del Design Thinking dependen de factores contextuales, culturales y organizacionales, lo que impide asumirlo como una metodología universalmente efectiva.

Desde una perspectiva interpretativa, Kuhn (1962) aporta elementos fundacionales al señalar que los paradigmas científicos funcionan como estructuras compartidas de interpretación y universalidad del logos. En este sentido, el Design Thinking puede entenderse como un paradigma emergente de innovación organizacional que estructuras prácticas, discursos y formas de intervención actualizadas. No obstante, Kuhn advierte que los paradigmas pueden mantenerse vigentes por legitimidad institucional y consenso social más que por demostración absoluta de superioridad científica. Esta situación se articula con los planteamientos de Elsbach y Stigliani (2018), quienes muestran cómo el Design Thinking influye en culturas organizacionales, promoviendo identidades colaborativas y narrativas de innovación que fortalecen su legitimación simbólica.

Cortazar Vega (2023) desde la hermenéutica facilita interpretar que el pensamiento racional nunca elimina completamente el mito, sino que lo reorganiza bajo nuevas formas discursivas eficaces. En consecuencia, el Design Thinking podría interpretarse como una manifestación contemporánea del tránsito entre *mythos* y *logos*, donde la racionalidad metodológica convive con estructuras simbólicas que prometen ingenio, transformación y flexibilidad frente a escenarios de incertidumbre organizacional.

En el ámbito educativo y social, Fitriyah et al. (2025), McLaughlin et al. (2019) y Alvarado (2025) evidencian que el Design Thinking ha sido incorporado progresivamente como metodología activa de enseñanza y aprendizaje. No obstante, estos estudios también señalan la necesidad de fortalecer la evaluación empírica de sus impactos reales y evitar su adopción acrítica como tendencia pedagógica global. Esto reafirma que la expansión del Design Thinking no depende únicamente de resultados verificables, sino también de dinámicas culturales, institucionales y discursivas que favorecen su aceptación contemporánea, en esencia de poder.

En consecuencia, la aplicación de marcos dialécticos, complejos y críticos permite concluir que el Design Thinking no debe analizarse exclusivamente desde su eficacia instrumental, sino también desde las dinámicas de legitimación simbólica, construcción discursiva y producción de conocimiento que acompañan su expansión global. Desde esta perspectiva, el Design Thinking constituye simultáneamente una metodología práctica de innovación, un paradigma organizacional emergente y un mito racionalizado contemporáneo cuya fuerza proviene tanto de sus resultados empíricos como de su capacidad para movilizar imaginarios colectivos de creatividad, cambio y transformación institucional.

Dimensión ética, social, política y transdisciplinaria del Design Thinking como discurso racionalizado vigente

La discusión sobre el Design Thinking no puede limitarse únicamente a su dimensión técnica o metodológica, debido a que su desarrollo global involucra implicaciones éticas, sociales, políticas y culturales que atraviesan las relaciones entre conocimiento, poder, innovación y adaptación organizacional. Desde este ángulo, el Design Thinking debe analizarse también como un fenómeno transdisciplinario que articula simultáneamente ciencia, filosofía y sociedad.

En la dimensión ética, Baldassarre et al. (2024) sostienen que el Design Thinking requiere evolucionar hacia enfoques de innovación ética, responsable y sostenible, superando

visiones exclusivamente orientadas hacia productividad, competitividad o rentabilidad organizacional. Con lo cual, los autores plantean un Responsible Design Thinking que incorpore criterios de sostenibilidad, responsabilidad social, participación humana y reflexión ética dentro de los procesos de innovación. Esta perspectiva se relaciona directamente con Morin (1990), quien afirma que el pensamiento complejo exige reconocer las consecuencias transversales de toda acción humana, especialmente en contextos organizacionales y tecnológicos donde las decisiones impactan simultáneamente dimensiones económicas, sociales, culturales y ambientales. En este sentido, el Design Thinking solamente puede evitar convertirse en una narrativa instrumental cuando reconoce la complejidad ética de los problemas contemporáneos y asume responsabilidad sobre los efectos de sus intervenciones.

Desde la dimensión social, Elsbach y Stigliani (2018) muestran que el Design Thinking determina de manera relevante en las culturas organizacionales, promoviendo nuevas formas de trabajo grupal, invención e identidad cognitiva colectiva. No obstante, esta legitimación cultural también puede convertirse en mecanismo de homogeneización organizacional, donde determinadas formas de pensar, innovar y trabajar son naturalizadas como universalmente correctas. De nuevo, Barthes (1957) explica precisamente que el mito moderno opera naturalizando discursos sociales hasta hacerlos parecer evidentes e incuestionables. Bajo esta corriente, el Design Thinking puede funcionar como una narrativa social contemporánea que presenta la innovación colaborativa y la creatividad empresarial como valores universales, aun cuando dichas prácticas respondan a contextos históricos y económicos específicos.

En el ámbito político, Pettersen y Moldenæs (2022) argumentan que la expansión del Design Thinking ha sido favorecida por redes de legitimación conformadas por organizaciones del sector real. Esto implica que la metodología no se difunde únicamente por sus resultados técnicos, sino también por relaciones de poder institucional y validación simbólica. Kuhn (1962) aporta elementos centrales para esta interpretación al señalar que los paradigmas científicos

permanecen vigentes gracias al consenso de comunidades académicas e institucionales que determinan qué conocimientos son considerados válidos y legítimos. Desde esta perspectiva, el Design Thinking puede entenderse como un paradigma político-organizacional contemporáneo que estructura formas de intervención, toma de decisiones y gestión institucional bajo discursos de innovación aplicada, resiliencia y renovación.

De igual manera, Lee (2021) advierte que muchas organizaciones utilizan el Design Thinking como discurso acreditado de modernización e innovación sin cuestionar las estructuras de desigualdad, jerarquía o poder presentes dentro de las instituciones. Esto permite comprender que el Design Thinking no es políticamente neutro, debido a que puede funcionar tanto como herramienta emancipadora de creatividad colectiva como mecanismo de reproducción de modelos gerenciales dominantes. Desde esta mirada disidente, el debate epistemológico no se reduce a determinar si el Design Thinking funciona, se trata en ciernes de identificar también quién legitima sus prácticas, qué intereses moviliza y cuáles actores sociales se benefician de su expansión global.

La dimensión transdisciplinaria brota cuando el Design Thinking articula conocimientos provenientes de la ingeniería, administración, psicología, sociología, filosofía, educación y ciencias del diseño. Micheli et al. (2019) sostienen que el concepto ha evolucionado precisamente gracias a esta convergencia interdisciplinaria, aunque también reconocen que dicha expansión ha generado dispersión conceptual y ambigüedad epistemológica. De manera complementaria, McLaughlin et al. (2019), Fitriyah et al. (2025) y Alvarado (2025) muestran cómo el Design Thinking ha trascendido el ámbito empresarial para incorporarse en educación, salud y formación profesional, consolidándose como metodología activa de aprendizaje y resolución de problemas multifactoriales.

Desde la filosofía del conocimiento, Cortazar Vega (2023) aporta otra comprensión hermenéutica relevante al afirmar que el pensamiento racional complementa el discurso

socialmente aceptado, además lo construye y reconstruye mediante nuevas formas de interpretación. Esto permite colegir al Design Thinking como otra manifestación actual de la transición entre *mythos* y *logos*, donde la racionalidad metodológica convive con estructuras simbólicas de innovación y transformación social. Bajo esta perspectiva, el Design Thinking articula simultáneamente ciencia, filosofía y sociedad porque combina racionalidad técnica, respaldo institucional, narrativas culturales y expectativas colectivas de progreso organizacional.

De manera similar, Mendoza-Betin (2021) evidencia empíricamente cómo metodologías asociadas al Design Thinking pueden fortalecer resiliencia organizacional, creatividad colectiva y adaptación institucional en contextos reales de crisis. No obstante, estos resultados también reflejan que la efectividad de la metodología depende profundamente de factores humanos, culturales y contextuales, lo que reafirma las posturas de Morin (1990), Rösch et al. (2023) y Verganti et al. (2021) respecto a la imposibilidad de asumir el Design Thinking como solución universal para todos los escenarios organizacionales y sociales.

En resumen, la incorporación de dimensiones éticas, sociales, políticas y transdisciplinarias facilita comprender que el Design Thinking constituye mucho más que una metodología de innovación. Se configura como un fenómeno complejo de producción de conocimiento, validez institucional y construcción simbólica que conecta racionalidad científica, filosofía contemporánea y dinámicas sociales de poder. Desde esta orilla entonces, su análisis exige enfoques hermenéuticos, multidimensionales y analíticos capaces de interpretar simultáneamente sus aportes prácticos, sus límites epistemológicos y su función como mito racionalizado contemporáneo dentro de la sociedad del conocimiento.

CONCLUSIONES

El análisis desarrollado permite concluir que el Design Thinking trasciende ampliamente la condición de simple metodología de innovación. Su consolidación global evidencia que opera simultáneamente como herramienta organizacional, paradigma contemporáneo de gestión y estructura simbólica válida dentro de la sociedad del conocimiento. Aunque múltiples investigaciones reconocen su capacidad para estimular creatividad, resiliencia organizacional, trabajo colaborativo, aprendizaje activo e innovación institucional (Brown, 2008; Liedtka, 2018; Mendoza-Betin, 2021; Mayer & Schwemmler, 2024), dichas contribuciones no resultan suficientes para otorgarle automáticamente el estatus de construcción epistemológica sólida, universal o plenamente sustentada desde el logos científico.

Desde mi posición epistemológica como investigador, el Design Thinking debe entenderse fundamentalmente como un mito sistematizado vigente. No se trata necesariamente de una falsedad absoluta ni de una metodología inútil; por el contrario, posee valor operativo, creativo y adaptativo dentro de determinados contextos organizacionales y educativos. Sin embargo, su desarrollo global ha estado impulsado más por dinámicas de aprobación institucional, discursos de innovación, tendencias gerenciales y redes de poder académico-corporativas que por una demostración epistemológica robusta, universal y consistente. En este sentido, coincido con Pettersen y Moldenæs (2022), Barthes (1957) y Blumenberg (1979) al considerar que el Design Thinking funciona como una narrativa contemporánea que naturaliza determinadas formas de innovación y gestión hasta convertirlas en aparentes verdades universales.

El principal problema epistemológico del Design Thinking radica en que privilegia la acción, la experimentación rápida, el prototipado y la solución inmediata de problemas, pero frecuentemente descuida la profundidad ontológica, epistemológica y crítica necesaria para comprender la complejidad estructural de los fenómenos sociales y organizacionales. En otras

palabras, facilita creatividad e innovación, pero carece parcialmente de logos en el sentido filosófico clásico: una racionalidad crítica, sistemática, demostrativa y reflexiva capaz de fundamentar sólidamente sus principios, límites y alcances. Frecuentemente, el Design Thinking se presenta como respuesta universal antes de preguntarse críticamente por la naturaleza del problema, las relaciones de poder involucradas, los contextos históricos y las consecuencias éticas de sus intervenciones.

Desde esta mirada, el Design Thinking corre el riesgo de convertirse en una forma contemporánea de solucionismo organizacional, donde la creatividad es romantizada y la innovación es asumida como valor absoluto sin suficiente problematización filosófica o política. Tal como advierten Lee (2021), Micheli et al. (2019) y Verganti et al. (2021), existe una tendencia a simplificar fenómenos complejos mediante herramientas metodológicas atractivas, visuales y colaborativas que, aunque funcionales en ciertos escenarios, no necesariamente producen conocimiento científico profundo ni explicaciones estructurales de la realidad.

No obstante, negar completamente el valor del Design Thinking también resultaría reduccionista. Su verdadero potencial emerge cuando abandona pretensiones universalistas y se integra críticamente con enfoques complejos, dialécticos, éticos y transdisciplinarios. Bajo esta lógica, el Design Thinking podría transformarse de mito racionalizado a herramienta complementaria dentro de procesos investigativos y organizacionales más amplios, siempre que reconozca sus limitaciones epistemológicas y abandone la pretensión implícita de constituirse como solución totalizante para la innovación contemporánea.

En consecuencia, el desafío no consiste únicamente en determinar si el Design Thinking funciona, sino en comprender críticamente qué tipo de conocimiento produce, quién legitima sus prácticas, qué intereses moviliza y cuáles son sus límites filosóficos, sociales y políticos. Desde esta postura, el Design Thinking no representa plenamente el triunfo del logos, sino más bien la consolidación de un nuevo mythos organizacional contemporáneo: racionalizado,

atractivo, legitimado institucionalmente y funcional para la sociedad de la innovación, pero epistemológicamente insuficiente para explicar por sí solo la complejidad del conocimiento humano y de las transformaciones sociales contemporáneas.

Implicaciones para investigaciones futuras

Las discusiones desarrolladas en este ensayo abren múltiples posibilidades para futuras investigaciones filosóficas, epistemológicas, organizacionales y transdisciplinarias sobre el Design Thinking. En primer lugar, resulta necesario profundizar en estudios empíricos que evalúen hasta qué punto la legitimación global del Design Thinking responde realmente a resultados verificables o, por el contrario, a dinámicas contemporáneas de validación institucional, poder académico y construcción discursiva. Esto permitiría comprender con mayor claridad la relación entre eficacia metodológica y validación simbólica dentro de los procesos actuales de innovación organizacional.

De igual manera, futuras investigaciones podrían explorar comparativamente el Design Thinking frente a otras corrientes gerenciales contemporáneas —como Lean Startup, metodologías ágiles o innovación abierta— con el fin de determinar si dichas aproximaciones también operan como mitos bajo construcciones sociales contemporáneas dentro de la sociedad del conocimiento. Este tipo de estudios permitiría ampliar el análisis de las narrativas organizacionales modernas y sus relaciones con estructuras de poder, discursos de innovación y dinámicas de institucionalización global.

Desde el ámbito ontológico y epistemológico, se requiere profundizar en las concepciones de ser humano, realidad y transformación social implícitas dentro del Design Thinking. En particular, resulta pertinente investigar si estas metodologías favorecen comprensiones reduccionistas de los fenómenos humanos al interpretarlos principalmente como problemas susceptibles de solución metodológica. Asimismo, futuras investigaciones podrían analizar críticamente las implicaciones éticas y políticas derivadas de la

universalización del discurso de innovación, especialmente en contextos educativos, sociales y gubernamentales.

En el plano transdisciplinario, otra línea relevante consiste en estudiar cómo el Design Thinking interactúa con enfoques provenientes de la filosofía, sociología, psicología, complejidad y ciencias políticas para construir nuevas formas de producción y legitimación del conocimiento. Esto permitiría fortalecer marcos analíticos más integrales capaces de superar las limitaciones instrumentalistas y pragmáticas identificadas en este ensayo.

Finalmente, futuras investigaciones podrían desarrollar modelos teóricos y metodológicos que integren pensamiento complejo, epistemología crítica y filosofía del mito para evaluar otras metodologías contemporáneas de innovación y gestión. Bajo esta perspectiva, el presente ensayo no pretende cerrar el debate sobre el Design Thinking, sino abrir nuevas discusiones académicas sobre los límites epistemológicos, ontológicos y políticos de las metodologías contemporáneas de innovación dentro de la sociedad global del conocimiento.

Declaración de conflicto de interés

El autor declara no tener ningún conflicto de interés relacionado con esta investigación.

Declaración de contribución a la autoría

Javier Alfonso Mendoza Betin: conceptualización, análisis formal del estado del arte, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, software, supervisión, validación, visualización, redacción del borrador original, revisión y edición de la redacción.

Declaración de uso de inteligencia artificial

El autor declara que utilizo la inteligencia artificial como apoyo para este ensayo, y también que esta herramienta no sustituye de ninguna manera la tarea o proceso intelectual. Después de rigurosas revisiones con diferentes herramientas en la que se comprobó que no existe plagio como constan en las evidencias, el autor manifiesta y reconoce que este trabajo

fue producto de un trabajo intelectual propio, que no ha sido escrito ni publicado en ninguna plataforma electrónica o de IA.

REFERENCIAS

Alvarado, L. F. (2025). Design thinking as an active teaching methodology in higher education:

A systematic review. *Frontiers in Education*, 10, Article 1462938. DOI:

<https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1462938>

Baldassarre, B., Calabretta, G., Bocken, N. M. P., & Jaskiewicz, T. (2024). Responsible design

thinking for sustainable innovation: Critical Literature Review, New Conceptual

Framework, and Research Agenda. *Journal of Business Ethics*, 191, 1–24.

DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05600-z>

Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Éditions du Seuil.

Blumenberg, H. (1979). *Work on Myth*. MIT Press.

Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5–21. DOI:

<https://doi.org/10.2307/1511637>

Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84–92.

<https://hbr.org/2008/06/design-thinking>

Cortazar Vega, E. J. (2023). De mythos a logos: Apuntes hacia una presentación genética de filosofía en relación con la mitología. El pensamiento azteca desde el idealismo alemán.

Apareser. <https://apareser.buap.mx/index.php/apareser/article/download/6/16>

Elsbach, K. D., & Stigliani, I. (2018). Design thinking and organizational culture: A review and framework for future research. *Journal of Management*, 44(6), 2274–2306. DOI:

<https://doi.org/10.1177/0149206317744252>

- Fitriyah, I. J., Saputro, S., & Sajidan. (2025). Research trends in design thinking education: A systematic literature review from 2014 to 2024. *European Journal of Educational Research*, 14(2), 381–393. DOI: <https://doi.org/10.12973/eu-jer.14.2.381>
- Kuhn, T. S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. University of Chicago Press. DOI: <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226458144.001.0001>
- Lee, Y. (2021). Critique of Design Thinking in Organizations: Strongholds and Shortcomings of the Making Paradigm. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 7(4), 497–515. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2021.10.003>
- Liedtka, J. (2018). Why design thinking works. *Harvard Business Review*, 96(5), 72–79. <https://hbr.org/2018/09/why-design-thinking-works>
- Martin, R. (2009). *The design of business: Why design thinking is the next competitive advantage*. Harvard Business Press.
- Mayer, S., & Schwemmler, M. (2024). The impact of design thinking and its underlying theoretical mechanisms: A review of the literature. *Creativity and Innovation Management*, 1–33. Wiley. DOI: <https://doi.org/10.1111/caim.12626>
- McLaughlin, J. E., Wolcott, M. D., Hubbard, D., Umstead, K., & Rider, T. R. (2019). A qualitative review of the design thinking framework in health professions education. *BMC Medical Education*, 19(1), 98. BioMed Central. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12909-019-1528-8>
- Mendoza-Betin, J. (2021). Resiliencia Empresarial: análisis empírico de aguas de Cartagena S.A. E.S.P. *Revista Científica Anfibios*, 4(1), 11-26. DOI: <https://doi.org/10.37979/afb.2021v4n1.80>
- Micheli, P., Wilner, S. J. S., Bhatti, S. H., Mura, M., & Beverland, M. B. (2019). Doing design thinking: Conceptual review, synthesis, and research agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 36(2), 124–148. DOI: <https://doi.org/10.1111/jpim.12466>
- Morin, E. (1990). *Introduction à la pensée complexe*. Éditions du Seuil.

Pettersen, I. B., & Moldenæs, T. (2022). Design Thinking as a master idea and a myth. *Nordlit*, 51, 1–18. DOI: <https://doi.org/10.7557/13.6718>

Rösch, N., Tiberius, V., & Kraus, S. (2023). Design thinking for innovation: Context factors, process, and outcomes. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 160–176. Emerald Publishing Limited. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJIM-03-2022-0164>

Schlott, C. K. (2024). Design Thinking and teamwork—measuring impact: a systematic literature review. *Journal of Organization Design*, 13, 163–196. Springer. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41469-024-00177-x>

Verganti, R., Dell'Era, C., & Swan, K. S. (2021). Design thinking: Critical analysis and future evolution. *Journal of Product Innovation Management*, 38(6), 603–622. DOI: <https://doi.org/10.1111/jpim.12610>