

# EL PRODUCTO DEL AUTOENGAÑO: UN ANÁLISIS CRÍTICO DE LA PROPUESTA DE N. VAN LEEUWEN

*THE PRODUCT OF SELF-DECEPTION:  
A CRITICAL ANALYSIS OF N. VAN LEEUWEN'S PROPOSAL*

Agostina Vorano<sup>1</sup>

10.26754/ojs\_arif/arif.202316384

## RESUMEN

El autoengaño es un fenómeno intrigante y complejo, que ha sido extensamente discutido en el ámbito filosófico. Impera el disenso en el abordaje de la mayoría de sus aspectos; empero, existe una tesis que sí goza de amplio consenso: aquella según la cual el producto del autoengaño consiste en una creencia. Muchos de los autores que han aceptado esta tesis dan por sentado, implícitamente, que no se requiere un análisis sistemático sobre las características de dicha actitud proposicional. Esto parece deberse a que juzgan que se trata de un concepto folk-psicológico y que, en tanto que tal, se lo comprende intuitiva y automáticamente de manera adecuada. Consideramos que esto constituye una falencia argumentativa, y presentamos un posible origen de dicha falencia. Posteriormente, analizamos los planteos de un prolífico autor contemporáneo, N. Van Leeuwen, puesto que consideramos que su propuesta supera la falencia en cuestión. Sin embargo, su perspectiva presenta ciertos inconvenientes; identificamos y examinamos dichos inconvenientes, y concluimos que, como resultado de éstos, Van Leeuwen no logra responder satisfactoriamente la pregunta acerca de cuál es el producto del autoengaño. Finalmente, presentamos tres respuestas posibles ante este interrogante, y resaltamos el carácter superador de la tercera de ellas.

**PALABRAS CLAVE:** Producto del autoengaño, creencia, actitudes proposicionales, psicología de sentido común.

---

<sup>1</sup> Agradezco las observaciones y críticas realizadas por Gustavo Fernández Acevedo y Diana I. Pérez, así como por los miembros del grupo de discusión sobre Filosofía de la Mente de la Sociedad Argentina de Análisis Filosófico; dichas observaciones y críticas me permitieron mejorar el presente trabajo. Asimismo, agradezco al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina) por haberme otorgado la beca doctoral en cuyo marco realicé este trabajo.

## ABSTRACT

Self-deception is an intriguing and complex phenomenon, which has been extensively discussed in the philosophical field. There is a widespread lack of consensus regarding most of its aspects; however, there is one thesis which is widely accepted: the idea according to which the product of self-deception is a belief. Many of the authors who have accepted this thesis implicitly take for granted that it is not necessary to carry out a systematic analysis of the characteristics of this propositional attitude. This seems to be due to the fact that they judge that it consists on a folk-psychological concept and that, as such, it can be intuitively and automatically comprehended. We consider that this constitutes an argumentative deficit, and we present a possible source of this deficit. Afterwards, we analyze the ideas advanced by a prolific contemporary author, N. Van Leeuwen, because we consider that his proposal overcomes the deficit at issue. However, his perspective is affected by some difficulties; we identify and examine those difficulties, and we conclude that, because of them, Van Leeuwen is not able to satisfactorily answer the question about the product of self-deception. Finally, we present three possible answers to this question, highlighting the virtues of the third answer.

**KEYWORDS:** Product of self-deception, belief, propositional attitudes, folk psychology.

### 1. SOBRE EL PRODUCTO DEL AUTOENGAÑO, Y CÓMO CONCEPTUALIZARLO

En ciertas ocasiones, observamos conductas que nos hacen concluir que la persona que las ejecuta posee una representación falsa acerca de algún aspecto de sí misma o del mundo; además advertimos que, en relación con dicha representación, la persona no está simulando ni trata de engañar a otros. Por otra parte, la posesión de la representación en cuestión no se encuentra sustentada por la evidencia disponible para la persona; por el contrario, parece que o bien la persona posee pruebas que apoyan la representación opuesta, o bien puede acceder fácilmente a ellas. Por último, resulta razonable pensar que la adopción de tal representación falsa es motivada; es decir, no es el resultado de un mero error generado por la ignorancia o el cansancio, sino que se debe a factores motivacionales (a saber, deseos o emociones). Un ejemplo típico del fenómeno en cuestión es el del progenitor que niega, contra todas las pruebas disponibles, que su hijo esté consumiendo drogas ilegales. Diversas expresiones del lenguaje cotidiano refieren al fenómeno que acabamos de describir, tales como “esa persona se miente a sí misma” o “está negando la realidad”. En la literatura filosófica y científica, el vocablo que se ha empleado para aludir a este fenómeno es el de “autoengaño”.

Sobre la base de las intuiciones anteriores, es posible proponer algunos rasgos básicos que parecen caracterizar al autoengaño:

- a. la persona adquiere o mantiene una representación falsa,
- b. frente a evidencia contraria a dicha representación,
- c. debido al accionar de factores motivacionales.

El autoengaño es un fenómeno interesante, complejo y enigmático. Nos concierne profundamente: como fácilmente podrá advertir el lector, todos somos proclives a autoengañarnos, y los asuntos en torno de los cuales nos autoengañamos revisten gran importancia tanto para nosotros mismos como para quienes nos rodean. El autoengaño nos hace preguntarnos acerca de los límites de nuestra racionalidad, y hace que advirtamos la incidencia que sobre ella tienen diversos factores motivacionales.

Ciertamente, esto ha hecho que este fenómeno resulte sumamente interesante para la reflexión filosófica (e, incipientemente, para diversas disciplinas científicas también). Si bien el autoengaño ha sido objeto continuo de interés filosófico durante siglos, no se registran extendidos consensos en su abordaje. Por el contrario, existen importantes desacuerdos en torno a la comprensión de sus diversas aristas.

En el presente trabajo, nos ocuparemos específicamente de una de ellas: a saber, el producto del autoengaño. ¿De qué tipo de actitud proposicional se trata? Este interrogante no reviste únicamente un interés intrínseco, sino que además es relevante debido a que el modo en que se lo responda tendrá un impacto considerable sobre el tipo de descripciones y explicaciones que se elaboren acerca del autoengaño<sup>2</sup>.

Como acabamos de señalar, imperan los desacuerdos en el abordaje del autoengaño. Sin embargo, una de las pocas tesis que goza de un amplio consenso es aquella según la cual el producto del autoengaño consiste en una creencia. Esto probablemente responda a la prioridad prácticamente excluyente que se le ha concedido a la reflexión acerca de esta actitud proposicional, en desmedro de la consideración de otras actitudes (lo cual se observa no sólo en lo que respecta al autoengaño en particular, sino en el ámbito de la Filosofía de la Mente en general;

---

<sup>2</sup> En la breve caracterización con la que comenzamos este trabajo, empleamos deliberadamente el término “representación” para aludir a esta cuestión, ya que de esa manera evitábamos pronunciarnos en favor o en contra de las diversas propuestas existentes acerca de la naturaleza de la actitud proposicional en juego.

Pérez 2013)<sup>3</sup>. Esta tesis ha sido sostenida tanto en los modelos más robustos y completos acerca del autoengaño (a saber, la propuesta de Davidson 1982/2004, 1985; y la de Mele 1997, 2001) así como en contribuciones más puntuales (Demos 1960; Quattrone & Tversky 1984; Gur & Sackeim 1979; Lazar 1999; Bermúdez 2000; Scott-Kakures 2002; Sahdra & Thagard 2003; Bortolotti & Mamelli 2012; Pedrini 2012; Chance & Norton 2015; y un extenso etcétera). Cabe señalar que se han elaborado respuestas alternativas; no obstante, éstas han sido sostenidas por un número considerablemente más reducido de autores: Audi (1988) y Rey (1988) afirman que el producto del autoengaño consiste en una declaración [*avowal*]; Cohen (1992) sostiene que consiste en una aceptación; Gendler (2007) aboga por la idea de que se trata de una imaginación o simulación [*pretense*]; finalmente, Funkhouser (2009) y Porcher (2012) defienden la tesis de que se trata de una creencia “intermedia” [*in-between belief*] (si bien la actitud proposicional contemplada por estos dos últimos autores es una creencia, el modo en que conceptualizan dicha actitud, basado en la perspectiva disposicionalista desarrollada por Schwitzgebel (2001), difiere considerablemente de la manera en que se la entiende en la gran mayoría de los estudios acerca del autoengaño). Como puede apreciarse, sólo unos pocos autores han rechazado la idea de que el producto del autoengaño consista en una creencia en el sentido usual del término; y dentro de este grupo acotado de alternativas, no existe una propuesta unitaria, sino una gran diversidad.

Así pues, la tesis que claramente ha primado —y en la cual nos concentraremos en el presente trabajo— ha sido aquella según la cual el producto del autoengaño es una creencia. Muchos de los autores que han aceptado esta tesis han apelado sin más a la noción de creencia, muchas veces dando por sentado (de manera implícita) que no se requieren especificaciones sobre las características de esta actitud proposicional debido a que se trata de “un concepto folk-psicológico” y que, en tanto que tal, se lo comprende intuitiva y automáticamente de manera adecuada. Esta maniobra parece reposar sobre una confusión entre dos sentidos fundamentales de la psicología de sentido común: uno de ellos remite a los

---

<sup>3</sup> Esta marcada focalización sobre las creencias se aprecia en contribuciones tan diversas en sus intereses y orientación como las de Fodor (1978), Churchland (1981), Davidson (1982), Hutto (2007), Ratcliffe (2007), y Dennett (2009). En textos como los mencionados, es muy usual que se reconozca la existencia de otras actitudes proposicionales. Empero, no se les concede a éstas igual relevancia, sino que suele sólo enumerarse asistemáticamente algunas de ellas a mero título ilustrativo, o directamente se las relega al anonimato de un oscuro “etc.”.

conceptos<sup>4</sup> que efectivamente las personas sin entrenamiento filosófico formal emplean en la labor cotidiana de entender a otros y de entenderse a sí mismas; el otro refiere a las elaboraciones teóricas y sistematizaciones que los filósofos han hecho de dichos conceptos. La confusión en cuestión consiste en no reconocer nítidamente dichas elaboraciones teóricas y sistematizaciones como tales, sino en “contrabandearlas” como si de hecho fueran los conceptos efectivamente empleados por las personas sin entrenamiento filosófico formal en su cotidianidad (Rabossi 2002; Ratcliffe 2007)<sup>5</sup>. Así, cuando en el contexto de la descripción y explicación del autoengaño se recurre al concepto de “creencia” como si se tratara de una noción cuya comprensión va de suyo debido precisamente a su presunto status folk-psicológico en el primero de los sentidos anteriormente señalados, lo que plausiblemente ocurre, en cambio, es que el concepto de “creencia” que se emplea reposa sobre la adopción subrepticia de una serie de compromisos filosóficos que indefectiblemente son debatibles, y para cuya discusión sistemática deberían ser explicitados con claridad y reconocidos como tales.

A fin de llevar a cabo dicha discusión sistemática, consideramos que el primer paso que debe darse consiste en explicitar con el mayor detalle posible los rasgos que se juzgen distintivos de las creencias. N. Van Leeuwen —uno de los autores que más prolíficamente ha abordado el fenómeno del autoengaño en años recientes— realiza adecuadamente este paso inicial en su artículo titulado *El producto del autoengaño* (2007): allí, dicho autor no da por sentado sin más que

---

<sup>4</sup> Es razonable sostener, como enfatizan concepciones contemporáneas revisionistas acerca de la psicología de sentido común (Hutto & Ratcliffe 2007), que ésta no involucra sólo conceptos, sino también prácticas, habilidades no-conceptuales, etc. Pero, dado que nuestro foco se concentra sobre el concepto de “creencia”, no nos referiremos a estos otros componentes de la psicología de sentido común.

<sup>5</sup> Siempre y cuando se pretenda desarrollar una concepción filosófica acerca de un fenómeno, como el autoengaño, los recursos descriptivo-explicativos a los que se debería apelar deberían ser elaboraciones teóricas y sistematizaciones de conceptos folk, no conceptos folk en sí mismos (una idea similar es defendida por Ichino 2015). Obviamente, esto puede sostenerse siempre y cuando se adopte una postura al menos mínimamente reivindicacionista respecto de la psicología de sentido común; es decir, lo anteriormente afirmado no se sostiene en caso de que se adopte alguna variante de eliminativismo. Distinto es el caso cuando lo que se pretende no es elaborar una concepción filosófica del fenómeno en cuestión, sino que en cambio se intenta dar cuenta de cómo las personas sin entrenamiento filosófico formal tratan de entender tal fenómeno. La gran mayoría de los escritos acerca del autoengaño responden al interés mencionado en primer término (una de las escasas excepciones a esto puede encontrarse en Martínez Manrique, 2007).

el producto del autoengaño consiste en una creencia. Por el contrario, ofrece una descripción minuciosa de las cualidades distintivas de esta actitud proposicional, y procura que dicha descripción sea independiente de la pregunta acerca del producto del autoengaño; posteriormente, en función de tal descripción, evalúa la tesis según la cual el producto del autoengaño consiste en una creencia, y concluye su artículo sosteniendo que hay buenas razones a favor de dicha tesis. Consideramos que la estrategia argumentativa desarrollada por Van Leeuwen es interesante y provechosa, ya que este autor no acepta inmediata y acríticamente la tesis en cuestión, sino que evalúa detenidamente su plausibilidad antes de pronunciarse sobre ella. No obstante, en nuestra opinión su propuesta adolece de ciertos problemas importantes. A fin de explicitar y criticar dichos inconvenientes, en primer término describiremos sintéticamente los aportes de este autor.

## 2. QUÉ ES UNA CREENCIA:

VAN LEEUWEN (2007) VS. VAN LEEUWEN (2014)

En el artículo titulado *El producto del autoengaño* (2007), Van Leeuwen define a las creencias en virtud del “comportamiento” que exhiben en dos dimensiones: la cognitiva y la práctica. La primera de estas dimensiones remite a las relaciones que se establecen entre una clase de actitudes proposicionales cognitivas y las restantes clases (tales como hipótesis, imaginaciones, suposiciones, etc.). La segunda de estas dimensiones refiere al rol que una actitud proposicional cognitiva juega en la causación de las acciones.

En lo que respecta a la dimensión cognitiva, Van Leeuwen (2007) asevera que la nota distintiva de las creencias consiste en que éstas gobiernan a las restantes actitudes proposicionales cognitivas, en el sentido de que son la condición de posibilidad de la existencia de aquellas actitudes y que, además, juegan un rol sistemático en la determinación de su contenido. Este autor analiza los vínculos existentes entre las creencias y las hipótesis para explicitar el comportamiento de las primeras en la dimensión cognitiva. Observa que algunas hipótesis consisten en explicaciones tentativas sobre la ocurrencia de diversos fenómenos; así, para poder mentar dichas hipótesis, es necesario en primer lugar tener creencias acerca de tales fenómenos; además, las creencias pertinentes determinarán la aceptación o rechazo de las hipótesis en cuestión. En virtud de estos dos puntos, sostiene que las creencias son condiciones de posibilidad de las hipótesis. En lo que a la segunda cuestión respecta, él señala que las creencias que se tengan acerca del fenómeno en juego determinarán el contenido de lo que denomina “proyecciones hacia adelante” de las hipótesis (es decir, las anticipaciones acerca de cómo sería

el mundo en caso de que la hipótesis fuera verdadera); en otras palabras, cuáles sean las “proyecciones” que se infieran de las hipótesis que se estén considerando dependerá de las creencias que se tengan acerca del fenómeno en cuestión.

En lo que concierne a la dimensión práctica, Van Leeuwen (2007) afirma que las creencias guían las acciones en todo contexto (siempre y cuando su contenido sea pertinente). Así, mientras que las restantes actitudes proposicionales cognitivas guían la acción únicamente en contextos específicos (por caso, las hipótesis la guían en el contexto de una investigación —nuevamente, siempre y cuando su contenido sea pertinente—), la creencia es la actitud que por defecto guía la acción. Es en este sentido que Van Leeuwen asevera que las creencias son independientes del contexto, a diferencia de las restantes actitudes proposicionales cognitivas, cuyo influjo sobre la acción se restringe a contextos específicos. Además, Van Leeuwen sostiene que el que una persona actúe sobre la base de otra actitud proposicional cognitiva debido a que se encuentra en cierto contexto específico depende de que dicha persona crea que se encuentra en tal contexto; de esta manera, las creencias guían la acción asimismo de forma indirecta.

Tras exponer estas características de las creencias, Van Leeuwen (2007) analiza si el producto del autoengaño asimismo las exhibe, y concluye que efectivamente ése es el caso. Ahora bien, siete años después de la aparición de *El producto del autoengaño*, Van Leeuwen publicó un artículo titulado *La creencia [credence] religiosa no es creencia [belief] fáctica* (2014). En este texto, ofrece mayores detalles acerca de las características distintivas de diversas actitudes proposicionales. El aspecto más relevante de esta contribución, en lo que a nuestros fines concierne, es la incorporación de una tercera dimensión para la caracterización de las actitudes proposicionales: la etiológica. Esta dimensión se añade a aquellas dos que ya se encontraban presentes en el artículo publicado en 2007: la cognitiva (que en el artículo de 2014 se denomina “efecto cognitivo hacia adelante”) y la práctica (que en el artículo más reciente se denomina “escenario práctico”). Dado que existe un importante solapamiento entre lo que Van Leeuwen sostiene respecto de estas dos últimas dimensiones en 2007 y lo que plantea sobre ellas en 2014, aquí sólo describiremos la dimensión incorporada en el último artículo:

1. En caso de que una actitud cognitiva  $x$  sea involuntariamente propensa a extinguirse si (a) entra en conflicto con estados perceptivos o si (b) se advierte que conduce a una contradicción, entonces  $x$  es vulnerable a la evidencia.
2. En caso de que una actitud cognitiva  $x$  sea involuntariamente propensa a extinguirse si contradice  $a$ , o no es coherente con, otros estados vulnerables a la evidencia, entonces  $x$  es vulnerable a la evidencia.
3. Ninguna otra actitud cognitiva es vulnerable a la evidencia (Van Leeuwen 2014: 704; la traducción es nuestra).

Antes de proseguir, corresponde remarcar la evidente importancia de la dimensión etiológica en lo que respecta a la caracterización de las actitudes proposicionales cognitivas. Dada la dirección de ajuste mente-a-mundo (Searle 1994) de dichas actitudes, parece imprescindible incluir en su caracterización una dimensión que corresponda a la relación que tienen con la evidencia. El marco de análisis inicial de Van Leeuwen (2007), compuesto sólo por la dimensión cognitiva y la práctica, se revela claramente incompleto en comparación con el marco tripartito que el autor presentó en su artículo de 2014. En vistas de la innegable importancia de la dimensión etiológica (no sólo en lo referido a las actitudes proposicionales cognitivas en general, sino en lo relativo al producto del autoengaño en particular), resulta sorprendente el hecho de que Van Leeuwen no la haya incluido en su propuesta inicial.

El objetivo principal de *La creencia [credence] religiosa no es creencia [belief] fáctica* radica, como precisamente indica su título, en distinguir dos actitudes proposicionales cognitivas que, según Van Leeuwen (2014), no han sido debidamente diferenciadas en el ámbito de la Filosofía de la Mente. Este objetivo reposa tanto sobre el interés intrínseco que reviste disponer de una taxonomía clara de las diversas actitudes proposicionales, como sobre el hecho de que la carencia de distinciones adecuadas entre ellas genera importantes inconvenientes en la explicación de variados fenómenos.

Dado, entonces, el objetivo en cuestión, las actitudes que Van Leeuwen (2014) caracteriza con detalle en aquel artículo son la creencia fáctica y la creencia religiosa. Dejaremos a un lado aquí esta última actitud, pues sus particularidades no revisten interés en el marco del presente trabajo<sup>6</sup>. En cambio, nos concentraremos

---

<sup>6</sup> No, al menos, en los términos en que Van Leeuwen (2014) concibe a las creencias religiosas. Considérese, por caso, lo que sostiene dicho autor acerca del comportamiento de este tipo de actitud proposicional en la dimensión etiológica: las creencias religiosas son vulnerables no a la evidencia, sino a lo que Van Leeuwen denomina “autoridades especiales”, que se caracterizan por ser admirables en algún aspecto (fundamentalmente, en cuestiones relativas a la moral) y por encontrarse consagradas en la comunidad a la que pertenecen. Así pues, una actitud cognitiva es vulnerable a una autoridad especial si y solo si dicha actitud tiende a extinguirse en caso de que se advierta que entra en conflicto con aquello que dictamina la autoridad en cuestión; el valor de lo dictaminado no se determina en virtud de su peso evidencial, sino en virtud de que procede de dicha figura de autoridad. Si se acepta esta caracterización de las creencias religiosas, puede apreciarse que el producto en los casos usuales de autoengaño no es una actitud de este tipo. De todos modos, lo que acabamos de señalar no implica negar que el autoengaño pueda jugar, eventualmente, un rol relevante en la constitución y/o mantenimiento de sistemas de creencias religiosas.

en las creencias fácticas. En primer lugar, es importante observar que, a diferencia de lo que ocurre en su artículo de 2014, en *El producto del autoengaño* Van Leeuwen alude a *creencias* a secas, sin apelar a adjetivos que cualifiquen dicho término (como “fácticas”, “religiosas”, o algún otro). En segundo lugar, es relevante notar que las creencias a las que Van Leeuwen se refiere en 2007 exhiben características que son idénticas a las que él atribuye a las creencias fácticas en 2014 en las dimensiones de efecto cognitivo hacia adelante y escenario práctico. Entonces, ¿es el producto del autoengaño una creencia *fáctica*? Obviamente, para poder responder este interrogante es menester considerar lo que asevera Van Leeuwen (2014) acerca del comportamiento de las creencias fácticas en la dimensión etiológica, y posteriormente examinar si el producto del autoengaño exhibe ese mismo comportamiento en dicha dimensión<sup>7</sup>.

### 3. LIMITACIÓN DE LAS PROPUESTAS DE VAN LEEUWEN

Van Leeuwen (2014) afirma que las creencias fácticas son vulnerables a la evidencia: es decir, son involuntariamente propensas a extinguirse cuando entran en conflicto con estados perceptivos o cuando se advierte que conducen a una contradicción; además, son involuntariamente propensas a extinguirse cuando contradicen a, o no son coherentes con, otros estados vulnerables a la evidencia. Como ejemplos paradigmáticos, Van Leeuwen (2014: 704; la traducción es nuestra) menciona casos en los cuales la extinción de las creencias fácticas frente a evidencia contraria es directa, lisa y llana: “Puedo haber creído fácticamente que el gato está afuera, pero mi impresión auditiva de un *miau* que viene del sótano extingue esa creencia. Puedo haber creído fácticamente que en Alemania se usa el *Deutschmark*, pero cuando llego y *veo* Euros, mi creencia fáctica previa muere”. ¿Exhibe el producto del autoengaño estas mismas cualidades en la dimensión etiológica?

Si bien no es apropiado dar una respuesta tajantemente negativa a este interrogante, parece razonable sostener que una respuesta cabalmente afirmativa tampoco es adecuada, ya que un aspecto que parece ser distintivo y no contingente del

---

<sup>7</sup> De lo que acabamos de afirmar, se sigue que en el presente trabajo: 1. aceptamos provisionalmente que el marco de análisis de actitudes proposicionales cognitivas elaborado por Van Leeuwen es adecuado; y 2. aceptamos provisionalmente que el producto del autoengaño exhibe en las dimensiones cognitiva y práctica las características que Van Leeuwen le atribuye. Aceptar plenamente estas ideas requiere de análisis independientes, a los que no nos abocaremos en este trabajo. Por lo pronto, entonces, damos por sentadas estas dos cuestiones, por mor al argumento.

producto del autoengaño consiste en que no es plenamente vulnerable a la evidencia. En otras palabras, dicho producto consiste en una actitud proposicional que el agente autoengañado sostiene a pesar de que la evidencia es contraria a ella; es decir, que no se extingue de manera directa, lisa y llanamente, frente a dicha evidencia.

Lo señalado en el párrafo previo remite obviamente al “requisito de evidencia” del autoengaño (Fernández Acevedo 2018). La enunciación simplificada de dicho requisito alude meramente a la disponibilidad de evidencia contraria al producto del autoengaño; es decir, no incluye especificaciones sobre la posesión de tal evidencia (si basta con que la persona pueda acceder fácilmente a ella, o si en cambio se requiere que la persona de hecho la posea), ni sobre su inteligibilidad (si es menester o no que sea reconocida por la persona como pertinente para la evaluación de aquello sobre lo que se encuentra autoengañada), ni sobre la competencia de la persona en lo que a la evaluación de la evidencia respecta (si se requiere o no que aquélla pueda reconocer que cierta información constituye evidencia a favor o en contra de aquello sobre lo que se encuentra autoengañada). La introducción de especificaciones en lo que concierne a estas cuestiones da como resultado distintas formulaciones del requisito de evidencia, que divergen principalmente en su grado de exigencia. Así, una formulación muy laxa de este requisito demandaría sólo que la evidencia pertinente sea fácilmente accesible para la persona, sin exigir que de hecho la posea, ni que la reconozca como pertinente, ni que sea competente para advertir la “dirección en la que apunta”. Ahora bien, la marcada laxitud de esta versión del requisito la torna inadecuada tanto a los fines de ofrecer una descripción satisfactoria del autoengaño como a, concomitantemente, los fines de diferenciarlo apropiadamente de otros fenómenos emparentados (como el pensamiento desiderativo). Para alcanzar estas dos metas, parece menester adoptar una formulación menos laxa del requisito de evidencia, tal como la que ha sido propuesta por Fernández Acevedo (2018: 149-150):

(...) a) el agente debe estar en posesión del cuerpo de datos pertinente para la evaluación de su [actitud proposicional cognitiva autoengañosa]; b) este cuerpo de datos provee mayor justificación para  $\neg p$  que para  $p$  [siendo  $p$  la proposición que es objeto de la actitud proposicional cognitiva autoengañosa]; y c) el agente debe ser capaz de interpretar estos datos como pertinentes para la evaluación de su [actitud proposicional cognitiva autoengañosa]<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Allí donde se lee “[actitud proposicional cognitiva autoengañosa]”, la cita original de Fernández Acevedo (2018) rezaba “creencia”. Hemos introducido esta modificación (que consideramos inocua) a fin de que la cita fuera consonante con los planteos del presente texto.

Basta con aceptar un requisito de evidencia de esta índole, de “fuerza moderada”, para poder apreciar que el producto del autoengaño no es vulnerable de manera directa, lisa y llana, a la evidencia, como sí lo son las creencias fácticas (según la conceptualización propuesta por Van Leeuwen 2014). Esto se debe a que el producto del autoengaño no se extingue directamente frente a evidencia contraria, *poseída* por la persona autoengañada y *concebida* por ésta *como pertinente* para la evaluación de la actitud proposicional en juego.

Para clarificar este punto, recapitularemos dos ejemplos que son ofrecidos por Van Leeuwen mismo. En su artículo de 2014 (Van Leeuwen 2014: 707), con el propósito de resaltar las diferencias entre las creencias fácticas y las religiosas en lo que a la vulnerabilidad a la evidencia respecta, este autor introduce la siguiente comparación:

En 1999, muchos creían fácticamente que había un ‘problema Y2K’, lo cual significaba que muchos sistemas de computadoras colapsarían el 1° de enero de 2000, debido a la numeración de las fechas en las bases de datos. Pero nada pasó realmente, y esta evidencia extinguió las creencias fácticas acerca de Y2K. Pero también hay cultos que predicen el día del juicio final en alguna fecha en particular. Notoriamente, el conjunto de ‘creencias’ de un culto usualmente *no* desaparece cuando el día pasa. (La traducción es nuestra.)

Contrastemos esta ilustración con uno de los ejemplos que ofrece Van Leeuwen (esta vez, en su artículo de 2007: 435) acerca del producto del autoengaño:

Supongamos que el padre autoengañado acerca de la inteligencia de su hijo hipotetiza que el próximo conjunto de notas escolares de su hijo reflejará su habilidad intelectual. Parece probable que la predicción [*forward projection*] que se formula a partir de esa hipótesis incluirá la anticipación de que las notas serán buenas, lo que significa que el producto del autoengaño (que representa al hijo como una persona inteligente) está gobernando los contenidos de la predicción hecha a partir de la hipótesis en la manera en que lo haría una creencia. Además, supongamos que las notas resultan ser bajas. Si el producto del autoengaño conduce al agente a rechazar la hipótesis de que las notas reflejarán la inteligencia del hijo —lo cual parece probable—, entonces ese producto está claramente jugando el rol de gobierno cognitivo de las creencias sobre las hipótesis. (La traducción es nuestra.)

Este ejemplo, por su parte, pone de manifiesto que el producto del autoengaño no presenta la vulnerabilidad directa, lisa y llana, a la evidencia, que sí exhiben las creencias fácticas (siempre ciñéndonos a la conceptualización que ofrece Van Leeuwen 2014 sobre ellas).

En síntesis, de las consideraciones recién expuestas se sigue que el producto del autoengaño no consiste en una actitud proposicional cognitiva vulnerable de manera directa, lisa y llana, a la evidencia. Por ende, el producto del autoengaño no consistiría en una creencia fáctica (nuevamente, ciñéndonos a la manera en que Van Leeuwen 2014 las concibe). Entonces: ¿de qué tipo de actitud proposicional cognitiva se trata? Más allá de las virtudes de su propuesta, Van Leeuwen finalmente no logra ofrecer una respuesta satisfactoria frente a este interrogante.

#### 4. POTENCIALES SOLUCIONES FRENTE A LA LIMITACIÓN DE LAS PROPUESTAS DE VAN LEEUWEN

Frente a esta indeterminación, surgen algunas potenciales soluciones que exploraremos a continuación.

1. Aquella que menos costos conllevaría para las propuestas de Van Leeuwen consistiría en añadir especificaciones que acoten la vaguedad que introduce la idea de que las creencias fácticas son *propensas* a extinguirse frente a evidencia contraria. Así, si se identificaran claramente las circunstancias en las cuales dicha propensión se actualizaría y, concomitantemente, se especificaran las circunstancias en las cuales dicha propensión se vería coartada, podría tal vez concluirse que el producto del autoengaño es de hecho una creencia fáctica que no se extingue de manera directa frente a evidencia contraria, debido a la influencia ejercida de forma no contingente por algún factor relevante (algún deseo o emoción). Ahora bien, este intento de solución presenta ciertos inconvenientes. En primer lugar, es menester, obviamente, introducir las especificaciones en cuestión, y plausiblemente esta tarea no sea sencilla (Boghossian 2008). En segundo lugar, este intento de solución conlleva un riesgo que se encuentra relacionado con una de las virtudes de la contribución de Van Leeuwen. Esta virtud, que ya subrayamos, consiste en el hecho de que su conceptualización acerca de distintas actitudes proposicionales (y, especialmente, de las creencias) es *independiente* de la explicación del autoengaño y de los problemas que emergen al tratar de dar cuenta de este fenómeno. En palabras del propio autor (Van Leeuwen 2007: 436):

He provisto un modelo sobre cómo ulteriores preguntas en la disputa deberían ser abordadas. Por ejemplo, para descubrir si la alternativa doxástica<sup>9</sup> es *creída* o no, uno debería adoptar una perspectiva más amplia y aplicar una caracterización

---

<sup>9</sup> Mediante la expresión “alternativa doxástica”, Van Leeuwen (2007) se refiere a aquella proposición que es favorecida por la evidencia.

robusta *independiente* de lo que significa creer algo. *Sólo adoptando una perspectiva más amplia de esta índole podemos escapar de la infructuosa petición de principio que ha caracterizado muchas de las argumentaciones acerca de la naturaleza del autoengaño.* (La traducción es nuestra; cursivas añadidas.)

El riesgo consiste, entonces, en que la introducción de especificaciones que acoten la vaguedad inherente a la noción de *propensión* sea realizada de manera *ad hoc*, atentando contra la requerida independencia que acabamos de mencionar.

2. Un segundo intento de solución consistiría en aseverar que el producto del autoengaño no es una creencia *fáctica*, sino una creencia de otra índole. Podría observarse que dicho producto sería un tipo de creencia que se asemeja no sólo a las fácticas sino también a aquellas que Van Leeuwen denomina “intuitivas”: a saber, “(..) aquellas propias de nuestra biología folk, psicología folk, física folk, etc., [que] parecen ser tanto independientes del escenario práctico como poseer gobierno cognitivo, *sin* ser vulnerables a la evidencia” (Van Leeuwen 2014: 705; la traducción es nuestra). Así, lo que estas tres clases de creencias tendrían en común es el comportamiento que exhibirían en la dimensión práctica y en la cognitiva<sup>10</sup>. Van Leeuwen (2014) ofrece una descripción sumamente acotada acerca de las creencias intuitivas, de manera que no es completamente claro cómo se comportarían en la dimensión etiológica. Pero, *prima facie*, parece seguirse de su descripción que éstas serían menos vulnerables a la evidencia que el producto del autoengaño; en todo caso, los motivos por los cuales no serían vulnerables a la evidencia (al margen del grado de su invulnerabilidad) diferirían de los motivos por los cuales el producto del autoengaño no es lisa y llanamente vulnerable a la evidencia<sup>11</sup>. Más allá de lo que concierna a las creencias intuitivas, que aquí sólo mencionamos a modo de ejemplo, lo que deseamos enfatizar acerca de este segundo intento de solución es que éste requeriría sostener, por un lado, que existen variadas clases de creencias, que divergen entre sí de acuerdo con las

---

<sup>10</sup> Ver la séptima nota al pie, segundo punto.

<sup>11</sup> En el breve comentario que Van Leeuwen (2014) realiza acerca de las creencias intuitivas, él asevera que la selección natural ha jugado un rol relevante en la constitución de éstas. A modo de ilustración, considérense los siguientes ejemplos de creencias intuitivas: en el caso de la física folk, creencias referida al movimiento de cuerpos con los que entramos en contacto cotidianamente (como una piedra) que son inconsistentes con los principios básicos de la mecánica newtoniana; en el terreno de la psicología folk, creencias tales como “X realiza la acción A debido a que desea que Q y cree que P”. Si se comparan este tipo de creencias con ejemplos típicos del producto del autoengaño (como “mi hijo no consume drogas ilegales” o “no padezco la enfermedad X”), se podrá apreciar que difieren significativamente.

cualidades que exhiben en cada una de las dimensiones de análisis en juego; y, por otro lado, implicaría sostener que el producto del autoengaño, dado su comportamiento singular en la dimensión etiológica (disímil tanto del exhibido por las creencias fácticas como por las creencias intuitivas), sería un tipo de creencia *sui generis*. Ahora bien, parece razonable exigir que la propuesta de nuevas categorías de actitudes proposicionales quede sujeta a la disponibilidad de algún tipo de principio clasificatorio que indique cómo discernir en qué aspectos deberían diferir dos actitudes a fin de que fuera legítimo considerarlas como pertenecientes a diferentes clases. Caso contrario, este segundo intento de solución podría conducir a una proliferación taxonómica desregulada de actitudes proposicionales<sup>12</sup>. Ciertamente, el establecimiento de un principio tal no parece ser una tarea sencilla y, sea como fuere, en la propuesta de Van Leeuwen no se ofrece nada que se aproxime a un principio de esta índole.

Los dos intentos de solución que hemos expuesto hasta aquí son “internos” a las contribuciones de Van Leeuwen, en el sentido de que podrían formularse a partir de sus propios planteos, sin que fuera menester apartarse significativamente de aquellos. Esbozaremos un último intento de solución, que conlleva —a diferencia de los dos anteriores— un cuestionamiento a la perspectiva de este autor.

3. Este último curso de acción supondría el reconocimiento de que el marco de análisis de actitudes proposicionales elaborado por Van Leeuwen (2007, 2014) carece de una necesaria dimensión normativa; dicho marco de análisis se agota, por el contrario, en un plano puramente descriptivo. Cuando este autor conceptualiza las diversas actitudes proposicionales, lo hace en términos exclusivamente descriptivos (expone únicamente cómo se supone que *de hecho* se comportan las distintas actitudes proposicionales en cada una de las dimensiones de su marco de análisis). Ahora bien, nociones como la de (*ir*)racionalidad, claramente pertinentes para la evaluación de las actitudes proposicionales y ciertamente necesarias para lograr una conceptualización adecuada de éstas, son evidentemente *normativas*; y debe concebirse las como tales, evitando que colapsen en un plano netamente descriptivo.

---

<sup>12</sup> Recientemente, han aparecido contribuciones en las que se introducen nuevas actitudes proposicionales: por ejemplo, los *besires* [neologismo derivado de la conjunción de *belief* y *desire*] (Egan 2008) y las creencias obstinadas (Lynch 2013). Más allá de los méritos que puedan tener dichas contribuciones en otros aspectos, no se ofrecen allí argumentos sólidos a favor de la idea de que estas actitudes proposicionales constituyen tipos específicos de actitudes por derecho propio.

Para aclarar este punto, considérese el tratamiento que Van Leeuwen (2014) brinda acerca de las ya mencionadas creencias intuitivas: éstas, según sostiene, se caracterizan por ser invulnerables a la evidencia. Pero en vez de plantear que se trata de creencias fácticas *epistémicamente irracionales* (es decir, irracionales en la dimensión etiológica), Van Leeuwen asevera que se trata de una clase independiente, *sui generis*, de creencias, que se diferencian de las creencias fácticas en virtud de que *de hecho* se comportan de otra manera en la dimensión etiológica. Aquí se advierte cómo lo normativo parece diluirse en lo descriptivo: la irracionalidad epistémica queda “incorporada” en la descripción de cierto tipo de creencias (las intuitivas) mientras que, en contraste, la racionalidad epistémica queda “incorporada” en la descripción de otra clase de creencias (las fácticas).

Ahora bien: como Bortolotti (2010: 13) oportunamente observa, “[l]as creencias no deben ser idealizadas”. Es decir, no es adecuado incorporar subrepticamente en la descripción de estas actitudes (ni de otras) aquellas condiciones normativas que, en caso de ser satisfechas, tornarían racional a una creencia (o a la actitud proposicional de la que se trate). Por el contrario, dichas condiciones deben ser reconocidas como estándares normativos que regulan a las actitudes proposicionales, y mediante las cuales puede evaluarse la racionalidad (en la dimensión etiológica y/o cognitiva y/o práctica) de aquellas<sup>13</sup>.

La virtud que deseamos destacar de este tercer intento de solución radica en que, a diferencia de los dos anteriores (y de la propuesta original de Van Leeuwen 2007, 2014), demanda una distinción que no es razonable descartar: a saber, la distinción entre la dimensión descriptiva y la dimensión normativa de las actitudes proposicionales.

La propuesta de Van Leeuwen (2007, 2014) puede ser clasificada como una variante de disposicionalismo no normativo (Wedgwood 2009): de acuerdo con esta concepción, la naturaleza de las actitudes proposicionales se encuentra

---

<sup>13</sup> En este punto, cabe realizar dos observaciones: en primer lugar, lo señalado en este tercer intento de solución afecta también a los dos intentos previos, dado que aquéllos adolecen asimismo del inconveniente de colapsar la dimensión normativa sobre la descriptiva. En segundo lugar, en virtud de que la disolución de lo normativo en lo descriptivo es un problema que afecta a lo sostenido por Van Leeuwen en general, lo que hemos señalado en este tercer punto se aplica no sólo a la dimensión etiológica de las actitudes proposicionales, sino también a la cognitiva y a la práctica, de modo tal que las objeciones que hemos realizado en lo que respecta a la primera de las dimensiones podrían replicarse, *mutatis mutandis*, en lo que concierne a la segunda y tercera. No explicitamos estas objeciones porque, como aclaramos previamente, el foco de nuestro trabajo se concentra sólo sobre la dimensión etiológica.

determinada por aspectos de nuestras disposiciones que pueden ser especificados con total prescindencia de nociones normativas. Ahora bien: así como el significado es una noción normativa (Kripke 1982), en el sentido de que cualquier expresión con significado tiene condiciones de uso correcto (Boghossian 2008), del mismo modo, *mutatis mutandis*, las actitudes proposicionales tienen una dimensión irreductiblemente normativa. Como bien destaca Boghossian (2008), a partir de las disposiciones relativas a la adquisición y/o mantenimiento de una actitud proposicional, no pueden inferirse cuáles son las condiciones de corrección, de racionalidad, de dicha adquisición y/o mantenimiento, ya que cómo se esté dispuesto a adquirir y/o sostener cierta actitud proposicional revela, en todo caso, lo que de hecho se hará al respecto, no lo que *debería* hacerse. Las concepciones disposicionalistas equiparan cómo sería correcto o racional adquirir y/o sostener cierta actitud proposicional, con cómo se está dispuesto de hecho a adquirir y/o sostener dicha actitud; esta equiparación conduce a la grave consecuencia de eliminar la posibilidad misma del error o la irracionalidad. Así pues, consideramos que es menester trascender las limitaciones de las perspectivas disposicionalistas y adoptar, en cambio, una concepción normativista acerca de las actitudes proposicionales<sup>14,15</sup>.

Reconocer debidamente la irreductible dimensión normativa de las actitudes proposicionales es —por las razones anteriormente expuestas— necesario e importante en sí mismo. Pero, además, la necesidad de dicho reconocimiento pasa a un primer plano cuando lo que se pretende es conceptualizar adecuadamente un fenómeno claramente signado por la irracionalidad, tal como lo es el autoengaño. En otras palabras, un examen de este fenómeno que no parta del reconocimiento de la dimensión normativa de las actitudes proposicionales

---

<sup>14</sup> Como bien observan Zangwill (2010) y McHugh y Whiting (2014), algunos autores (por ejemplo, Rey 2007) conciben al normativismo como una tesis de acuerdo con la cual no sólo es fundamental la sujeción de las actitudes proposicionales a ciertas normas, sino la satisfacción (al menos parcial) de dichas normas. Aquí, consideramos acertada la postura adoptada por los autores citados respecto de esta cuestión: el normativismo exige sólo que las actitudes se encuentren regidas por ciertas normas; el normativismo no demanda el cumplimiento de dichas normas.

<sup>15</sup> Como bien señalan McHugh y Whiting (2014), el normativismo no es una concepción monolítica, sino que existen posturas divergentes en su interior; dicha variedad responde, por ejemplo, a la existencia de diferentes tesis acerca de cuáles son específicamente las normas que gobiernan las actitudes proposicionales. Empero, ofrecer un posicionamiento respecto de estos debates excede los límites del presente trabajo.

no permitiría captar adecuadamente uno de los aspectos más significativos del autoengaño: su irracionalidad.

Un análisis del autoengaño que, de esta manera, se asiente sobre el reconocimiento de la irreductibilidad del plano normativo podría eventualmente conducir a la conclusión de que el producto del autoengaño consiste en una creencia fáctica irracional en su dimensión etiológica. No obstante, no pueden descartarse otras posibilidades: que se trate de una creencia fáctica asimismo irracional en otras dimensiones (es decir, no sólo en la etiológica sino también en la cognitiva y/o la práctica), que se trate de alguna otra actitud proposicional cognitiva que tampoco satisfaga adecuadamente los estándares normativos que correspondan en ese caso, etc. Excede los límites del presente trabajo exponer una propuesta positiva acerca de esta cuestión, por lo que dicha labor deberá ser retomada en futuras investigaciones. Pero lo que sí cabe remarcar aquí es que, para lograr esta meta, debería en primer lugar elaborarse un marco de análisis que contemple las diversas actitudes proposicionales cognitivas, siempre a la luz de los estándares normativos que correspondan a cada una de ellas. Posteriormente, y utilizando dicho marco, deberían examinarse diversos ejemplos de autoengaño, para que de esa forma pueda identificarse en qué tipo de actitud proposicional consiste su producto (siendo plausible que exista más de una posibilidad, dada la amplia variedad de ejemplares de autoengaño).

## 5. CONCLUSIÓN

Ciertamente, no es sencillo ofrecer una respuesta satisfactoria frente a la pregunta “¿qué tipo de actitud proposicional es el producto del autoengaño?”. No obstante, considerando la proliferación de incógnitas que suscita este fenómeno (incluso relativas a sus aspectos más básicos), y considerando la importancia que para el abordaje de tales incógnitas tiene el esclarecimiento de la naturaleza del producto del autoengaño (en virtud de que se trata de un aspecto nodal de este fenómeno), parece menester abordar con detenimiento dicho interrogante.

Como hemos visto, la estrategia adoptada por la mayoría de los filósofos que se han abocado al estudio del autoengaño ha consistido en partir del presupuesto de que su producto consiste en una creencia. No obstante, es razonable exigir que se ofrezcan argumentos explícitos a favor de esta tesis, en lugar de darla por sentado sin más.

Dado este panorama, consideramos que los aportes que ha realizado Van Leeuwen (2007, 2014) son destacables. La estrategia argumentativa que despliega

resulta loable. No obstante, hemos advertido que presenta ciertos inconvenientes que coartan su potencial.

Como señalamos anteriormente, excede los alcances del presente trabajo el ofrecer una propuesta específica acerca de qué tipo de actitud proposicional es el producto del autoengaño. Lo que, en cambio, deseamos remarcar es que, a los fines de formular una respuesta satisfactoria frente a esta cuestión, debe reivindicarse la estrategia argumentativa desarrollada por Van Leeuwen (2007, 2014), aunque debe ampliársela o superársela en ciertos sentidos. En primer lugar, es menester reformular su esquema de análisis de modo tal que no se agote en un plano puramente descriptivo, sino que incorpore una dimensión normativa independiente que permita evaluar la racionalidad —y otros aspectos normativos— de las actitudes proposicionales. En segundo lugar, es menester extender su estrategia, de modo tal que su esquema de análisis (en la “versión corregida” que acabamos de mencionar) se aplique a otras actitudes proposicionales cognitivas (suspensión del juicio, hipótesis, suposición, duda, imaginación, aceptación, etc.) para ofrecer una caracterización detallada y lo más completa posible de cada una de ellas<sup>16</sup>. Si se dispusiera de una “taxonomía de actitudes” de esta índole, podría evaluarse de modo sistemático a cuál/es de ellas corresponde el producto del autoengaño<sup>17</sup>.

La principal virtud de la propuesta de Van Leeuwen (2007, 2014) radica en haber ofrecido tanto una descripción minuciosa de ciertas actitudes proposicionales como argumentos explícitos a favor de la tesis de acuerdo con la cual el producto del autoengaño consiste en una creencia. Aun si su propuesta resulta

---

<sup>16</sup> En su artículo de 2014, Van Leeuwen explora el comportamiento de algunas de estas actitudes en algunas de las dimensiones de su marco de análisis, pero no ofrece un examen detallado de ninguna de ellas (dados los objetivos de su artículo, se concentra sólo en las creencias fácticas y en las religiosas).

<sup>17</sup> Contrástese una estrategia de esta índole con la utilizada por, por ejemplo, Archer (2013). Esta autora intenta defender una postura “no doxástica” acerca del autoengaño, cuya característica distintiva consiste en sostener que el sujeto autoengañado no cree que  $p$  ni cree que  $\neg p$ , sino que, en cambio, dicho sujeto adopta otras actitudes (tales como la sospecha, la duda, o la esperanza) frente a dichas proposiciones. Ahora bien, consideramos que un defecto de la conceptualización que ofrece esta autora consiste en que brinda descripciones sumamente escuetas y asistemáticas acerca de las diversas actitudes proposicionales que ella considera; la autora parece presuponer que la comprensión de dichas actitudes no requiere de una discusión filosófica de las mismas. En este sentido, consideramos que la propuesta de esta autora ejemplifica la confusión entre los dos sentidos de la psicología de sentido común que hemos criticado al comienzo del presente trabajo.

insatisfactoria o insuficiente, tiene el mérito de sentar las bases que permitirán avanzar sistemáticamente en el tratamiento del interrogante acerca de la naturaleza del producto del autoengaño.

Agostina Vorano  
vorano.agostina@gmail.com, avorano@mdp.edu.ar  
Universidad Nacional de Mar del Plata

## BIBLIOGRAFÍA

- ARCHER, S. (2013): “Non-doxasticism about self-deception”, *Dialectica*, 67(3), pp. 265-282. <https://doi.org/10.1111/1746-8361.12030>
- AUDI, R. (1988): “Self-deception, rationalization, and reasons for acting”, en B. McLaughlin & A. Rorty (eds.), *Perspectives on self-deception*, Berkeley: University of California Press, pp. 92-120.
- BERMÚDEZ, J. L. (2000): “Self-deception, intentions, and contradictory beliefs”, *Analysis*, 60(268), pp. 309-319. <https://www.jstor.org/stable/3329185>
- BOGHOSSIAN, P. (2008): *Content and justification*, New York: Oxford University Press.
- BORTOLOTTI, L. (2010): *Delusions and other irrational beliefs*, Oxford: Oxford University Press.
- BORTOLOTTI, L. & MAMELI, M. (2012): “Self-deception, delusion and the boundaries of folk Psychology”, *Humana.Mente Journal of Philosophical Studies*, 20, pp. 203-222. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3364711/>
- CHANCE, Z. & NORTON, M. I. (2015): “The what and why of self-deception”, *Current Opinion in Psychology*, 6, pp. 104-107. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.07.008>
- CHURCHLAND, P. M. (1981): “Eliminative materialism and the propositional attitudes”, *The Journal of Philosophy*, 78(2), pp. 67-90.
- COHEN, L. J. (1992): *An essay on belief and acceptance*, New York: Oxford University Press.
- DAVIDSON, D. (1982): “Rational animals”, *Dialectica*, 36(4), pp. 317-327. <https://doi.org/10.1111/j.1746-8361.1982.tb01546.x>
- DAVIDSON, D. (1982/2004): *Problems of rationality*, Oxford: Clarendon Press.
- DAVIDSON, D. (1985): “Deception and division”, en E. LePore & B. McLaughlin (eds.), *Actions and events: perspectives on the philosophy of Donald Davidson*, Oxford: Blackwell, pp. 138-148.
- DEMOS, R. (1960): “Lying to oneself”, *Journal of Philosophy*, 57, pp. 588-595. <https://doi.org/10.2307/2023611>
- DENNETT, D. (2009): “Intentional systems theory”, en B. P. McLaughlin, A. Beckermann & S. Wakter (eds.), *The Oxford Handbook of Philosophy of Mind*, Oxford: Oxford University Press, pp. 339-350.
- EGAN, A. (2008): “Imagination, delusion, and self-deception”, en T. Bayne & J. Fernández (eds.), *Delusion and self-deception: affective influences on belief-formation*, Hove: Psychology Press, pp. 263-280.

- FERNÁNDEZ ACEVEDO, G. (2018): “Autoengaño y evidencia”, *Manuscrito*, 41(3), pp. 125-161. <https://doi.org/10.1590/0100-6045.2018.V41N3.GA>
- FODOR, J. A. (1978): “Propositional attitudes”, *The Monist*, 61(4), pp. 501-523.
- FUNKHOUSER, E. (2009): “Self-deception and the limits of folk psychology”, *Social Theory and Practice*, 35(1), pp. 1-16. <https://doi.org/10.5840/soctheorpract20093511>
- GENDLER, T. S. (2007): “Self-deception as pretense”, *Philosophical Perspectives*, 21(1), pp. 231-258. <https://www.jstor.org/stable/25177204>
- GUR, R. & SACKEIM, H. (1979): “Self-Deception: a concept in search of a phenomenon”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, pp. 147-169. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.2.147>
- HUTTO, D. D. (2007): “Folk psychology without theory or simulation”, en D. D. Hutto & M. Ratcliffe (eds.), *Folk Psychology re-assessed*, Dordrecht: Springer, pp. 115-135.
- HUTTO, D. D. & RATCLIFFE, M. (2007): *Folk Psychology re-assessed*, Dordrecht: Springer.
- ICHINO, A. (2015): *Imagination in thought and action*. Tesis doctoral no publicada. Universidad de Milán, Italia.
- KRIPKE, S. A. (1982): *Wittgenstein on rules and private language*, Cambridge: Harvard University Press.
- LAZAR, A. (1999): “Deceiving oneself or self-deceived? On the formation of beliefs «under the influences»”, *Mind*, 108(430), pp. 265-290. <https://doi.org/10.1093/mind/108.430.265>
- LYNCH, K. (2013): “Self-deception and stubborn belief”, *Erkenntnis*, 78(6), pp. 1337-1345. <https://doi.org/10.1007/s10670-012-9425-0>
- MARTÍNEZ MANRIQUE, F. (2007): “Attributions of self-deception”, *Teorema*, 26(3), pp. 131-143. <https://www.jstor.org/stable/43047437>
- MCHUGH, C. & WHITING, D. (2014): “Recent work on the normativity of belief”, *Analysis*, 74(4), pp. 698-713. <https://www.jstor.org/stable/24671389>
- MELE, A. (1997): “Real self-deception”, *Behavioral and Brain Sciences*, 20(1), pp. 91-136. <https://doi.org/10.1017/S0140525X97000034>
- MELE, A. (2001): *Self-deception unmasked*, New Jersey: Princeton University Press.
- PEDRINI, P. (2012): “Introduction: Philosophy of self-deception”, *Humana.Mente Journal of Philosophical Studies*, 20, pp. III-VIII.
- PÉREZ, D. I. (2013): *Sentir, desear, creer. Una aproximación filosófica a los conceptos psicológicos*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Prometeo.
- PORCHER, J. (2012): “Against the deflationary account of self-deception”, *Humana.Mente Journal of Philosophical Studies*, 20, pp. 67-84. <https://www.humanamente.eu/index.php/HM/article/view/194>
- QUATTRONE, G. & TVERSKY, A. (1984): “Causal versus diagnostic contingencies: on self-deception and on the voter's illusion”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(2), pp. 237-248. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.2.237>
- RABOSI, E. (2002): “Filosofía de la Mente y Filosofía de la Psicología: la agenda, la práctica, el dominio”, *Azáfata*, 4, pp. 21-43. <https://gedros.usal.es/handle/10366/68824>

- RATCLIFFE, M. (2007): *Rethinking commonsense psychology. A critique of folk psychology, theory of mind and simulation*, New York: Palgrave MacMillan.
- REY, G. (1988): "Toward a computational account of *akrasia* and self-deception", en A. O. Rorty & B. P. McLaughlin (eds.), *Perspectives on self-deception*, Berkeley: University of California Press, pp. 264-296.
- REY, G. (2007): "Resisting normativism in Psychology", en J. Cohen & B. P. McLaughlin (eds.), *Blackwell debates on Philosophy of Mind*, Oxford: Blackwell Publishing, pp. 69-84.
- SAHDRA, B. & THAGARD, P. (2003): "Self-deception and emotional coherence", *Minds and machines*, 13(2), pp. 213-231. <https://doi.org/10.1023/A:1022940107699>
- Schwitzgebel, E. (2001): "In-between believing", *The Philosophical Quarterly*, 51(202), pp. 76-82. <https://doi.org/10.1111/1467-9213.00215>
- SCOTT-KAKURES, D. (2002): "At 'permanent risk': reasoning and self-knowledge in self-deception", *Philosophy and Phenomenological Research*, 65(3), pp. 576-603. <https://doi.org/10.1111/j.1933-1592.2002.tb00222.x>
- SEARLE, J. (1994): "Intentionality", en S. Guttenplan (ed.), *A companion to the Philosophy of Mind*, Oxford: Blackwell Publishers Ltd, pp. 379-386.
- VAN LEEUWEN, D. S. N. (2007): "The product of self-deception", *Erkenntnis*, 67, pp. 419-437. <https://doi.org/10.1007/s10670-007-9058-x>
- VAN LEEUWEN, D. S. N. (2014): "Religious credence is not factual belief", *Cognition*, 133(3), pp. 698-715. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2014.08.015>
- WEDGWOOD, R. (2009): "The normativity of the intentional", en B. P. McLaughlin, A. Beckermann & S. Walter (eds.), *The Oxford Handbook of Philosophy of Mind*, Oxford: Oxford University Press, pp. 421-436.
- ZANGWILL, N. (2010): "Normativity and the metaphysics of mind", *Australasian journal of Philosophy*, 88(1), pp. 21-39. <https://doi.org/10.1080/00048400902739610>