

Les representacions mentals expliquen les actituds *de se*

Gemma Celestino
gcelestino@ub.edu

Doctora en filosofia. Professora associada. Departament de Lògica, Història i Filosofia de la Ciència, Universitat de Barcelona, i LOGOS. Àrea temàtica en què s'inscriu la ponència: lògica, llenguatge i argumentació.

En aquesta ponència defensaré una teoria sobre les actituds proposicionals i els seus informes, que al contrari de teories pragmàtiques millianes, apel·la a la pragmàtica per explicar les anomenades 'actituds proposicionals *de re*'. Però, més en concret, la defensaré aplicada a les actituds proposicionals *de se*, tenint en compte les seves característiques particulars i els problemes especials que plantegen.

Les actituds proposicionals *de se* són aquestes actituds especials que, segons sembla, només poden ser atribuïdes a un mateix per l'ús de l'índexic 'jo' (l'anomenat 'índexic essencial'). Un exemple d'aquestes actituds és precisament l'exemple del comprador descurat de John Perry. Aquest és l'exemple d'un comprador que veu un home fent un desastre amb el sucre en un supermercat sense adonar-se fins al final que ell mateix és aquest home. Un cop se n'adona, adquireix una nova creença que no tenia, això és, una creença *de se*, que aleshores s'autoatribueix fent servir l'índexic essencial 'jo', proferint 'Sóc jo qui està fent un desastre'. Aquest tipus de casos d'actituds *de se* plantegen problemes especialment difícils a les teories tradicionals perquè sembla que la creença adquirida pel comprador descurat comparteix el seu contingut amb algunes de les seves creences prèvies, com ara la seva creença que ell (l'home que veu a l'inici, de qui no s'adona que és ell mateix) està fent un desastre amb el sucre. Si aquest és el cas, aquesta nova creença no sembla ser ben caracteritzada tan sols com una relació intencional entre un individu i una proposició com a contingut, perquè aleshores no seria distingible de les creences prèvies del comprador i això és precisament allò que volem fer per poder explicar la seva nova conducta després, i a causa, d'adonar-se que és ell mateix qui està fent un desastre amb el sucre i no cap altra persona.

D'acord amb la meua teoria, les actituds proposicionals són, de fet, relacions intencionals binàries que es mantenen entre individus i proposicions. El cas del comprador descurat és explicat, en contra del que s'assumeix, pel fet que la nova creença que adquireix en realitat no comparteix el seu contingut amb cap de les seves creences prèvies. La nova creença que adquireix, que és una actitud proposicional *de se*, és una relació dirigida a una proposició d'estil russellià constituïda no només per ell mateix i la propietat d'estar fent un desastre amb el sucre, sinó també per una representació mental exemplar seva d'ell mateix *com ell mateix*. Això és diferent de les creences *de re* d'ell mateix que tenia prèviament al descobriment, perquè aquestes altres creences (com ara la creença que manifestaria proferint 'Està fent un desastre amb el sucre') són relacions amb proposicions d'estil russellià constituïdes per ell mateix i la propietat d'estar fent un desastre amb el sucre i també una representació mental exemplar seva d'ell mateix, però *no com ell mateix* i, per tant, diferent de la representació mental exemplar que constitueix la creença *de se* que provem de caracteritzar.

Apel·lar a representacions mentals per explicar les actituds proposicionals i els seus informes, així com qualsevol contingut semàntic en general, els sembla problemàtic a molts, per diverses raons. Però, a més, en el cas particular de les actituds *de se*, molts

van pensar també que l'apel·lació seria, a més, inútil. L'objecció sent que qualsevol contingut d'actitud proposicional compost a partir del comprador, la propietat d'estar fent un desastre amb el sucre i cap representació mental serà un amb què qualsevol persona podria estar intencionalment relacionada, quan, de fet, la creença *de se* del comprador només podria ser mantinguda pel comprador mateix.

En qualsevol cas, s'ha argumentat que aquests casos només poden ser explicats acceptant la distinció de Perry entre modes de creure i continguts de creença. Aquesta distinció ajudaria a explicar casos com el del comprador descurat de la següent manera: el comprador descurat en realitat no comença a creure res de nou, sinó que comença a creure alguna cosa que ell ja creia però en un mode diferent. Aquest nou mode de creure allò que ja creia seria com un estat mental que es correlacionaria amb el seu ús de l'índex 'jo' per manifestar aquesta nova creença seva. Per tant, des d'aquest punt de vista, tots podem creure la mateixa cosa, això és, que el comprador està fent un desastre amb el sucre, però ho fem de maneres diferents i només el comprador pot creure-ho d'ell mateix *com ell mateix*.

L'objectiu de la meva ponència és argumentar contra de les objeccions plantejades a teories com la que defenso i en contra d'aquesta posició alternativa que rebutjo.