



El poder de la ropa que vestimos

Adam, H., and Galinsky, A. (2012). Enclothed Cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48, 918-925. doi:[10.1016/j.jesp.2012.02.008](https://doi.org/10.1016/j.jesp.2012.02.008)

Civile, C. and Obhi, S.S. (2017) Students Wearing Police Uniforms Exhibit Biased Attention toward Individuals Wearing Hoodies. *Frontiers in Psychology*. 8:62. doi: [10.3389/fpsyg.2017.00062](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00062)

La ropa que vestimos tiene un efecto significativo en el modo en que nos comportamos y en el modo en que los demás se comportan con nosotros. Pero lo que las investigaciones psicológicas han mostrado recientemente, de modo sistemático, es que la ropa que uno viste afecta a sus procesos psicológicos.

Hace algunos años, Ellen Langer llevó a cabo un experimento con cadetes de una escuela de aviación en los Estados Unidos que proporcionó algunas pistas en este sentido. Aunque su investigación no se concentraba exclusivamente en la ropa, sí observó que cuando los cadetes vestían ropa de pilotos, tenían más agudeza visual que cuando no vestían ese uniforme. Recientemente, Adam y Galinsky (2012) llevaron a cabo tres experimentos en los cuales sin cambiar las prendas que llevaban los participantes experimentales pero manipulando significado simbólico que tenían, se conseguían resultados extraordinarios.

En el primer experimento, se dividió aleatoriamente a los participantes en dos grupos. A los participantes de un grupo se les pidió que vistieran una bata blanca de laboratorio mientras que al otro grupo no se les indicó nada, de modo que realizaron el experimento vestidos con las ropa que habían llevado a la universidad. A continuación, se les pasó un test de atención selectiva (Tarea de Stroop) basada en la detección de incongruencias (p.ej. indicar cuando cuándo la palabra "Rojo" aparecía escrita en verde). Sorprendentemente, los participantes que llevaban batas se equivocaron dos veces menos que los que iban vestidos con sus ropas.

En el segundo experimento, los participantes fueron divididos de modo aleatorio en tres grupos: a) vestir una bata blanca indicando que se trataba de una bata de médico, b) vestir una bata blanca indicando que se trataba de una bata de pintor de brocha gorda y, c) tener a la vista una bata blanca. A continuación se les presentaban pares de imágenes que solo se distinguían en cuatro elementos

que los participantes debían localizar. Los resultados mostraron que los estudiantes que llevaban la bata identificada como bata de médico, a pesar de que era idéntica a la del pintor de brocha gorda, encontraron más diferencias. Habían adquirido una capacidad de observación superior. Los que llevaban la bata de pintor de brocha gorda y los que tenían a la vista una bata blanca de médico encontraron menos diferencias entre las imágenes.

Según los autores "Los vestidos invaden el cuerpo y el cerebro y ponen a la persona que los lleva en un estado psicológico distinto".

Pero no necesariamente, la ropa tiene un efecto beneficioso. Un artículo reciente publicado por Civile y Obhi (2017) investigó si el uniforme de la policía en sí puede inducir un sesgo en la atención social y de ser así, qué tipo de sesgo. Concretamente, se propusieron evaluar si un estudiante universitario vestido con un uniforme de policía tendía a desviar (y concentrar más atención) en caras de personas negras en comparación con caras de personas blancas y en individuos de bajo estatus en comparación con individuos de alto estatus. En el experimento 1, los participantes vestían un uniforme de policía o un uniforme mecánico y su tarea consistía en categorizar formas geométricas en presencia de un distractor que podía ser: una cara negra, una cara blanca, una persona que llevaba una sudadera desgastada (que un muestra previa asociaba con bajo estatus), o una persona que vestía un traje (alto estatus). Los resultados de este, y otros experimentos realizados por los autores, muestran que los participantes que llevaban el uniforme de policía exhibían un mayor sesgo atencional relativo a las personas de bajo estatus en contraste con las de alto estatus, mientras que no produjo diferencias significativas el contraste entre las caras de personas negras y las de personas blancas. Este resultado muestra que el uso de un uniforme de estilo policial puede favorecer que los individuos de grupos de bajo estatus se vuelvan más salientes y capten más atención que los de alto estatus.