

(Note: The English version is followed by the Spanish version, in this document)

***Cold Cash, Warm Hearts? Evidence from Economics, Law, Business, and Psychology on the Metaphorical Gendering of Money and Care***

Julie A. Nelson, University of Massachusetts Boston  
Prepared for the IAFFE conference, Buenos Aires, July 2010

This talk is based on two papers. One, about profit, is nearly ready to be submitted to the *Washington University Journal of Law and Policy*. The other (in progress) is on the psychology aspect. (E-mail [Julie.nelson@umb.edu](mailto:Julie.nelson@umb.edu) for copies.)

I find that many people hold one or both of the following beliefs:

1. Motivation by profit (or money) is the same as greed.
2. Firms *must* maximize profit.

But these beliefs create results that I find problematic:

1. Feminist economists have done a lot of work on "caring labor." Some people believe that caring can only be done in realms "untainted" by money interests, and promote "anti-commodification" sentiments whose main result may be to keep caring under-resourced. For example, the *Journal of Health Economics* not long ago published an article subtitled "...Why a badly paid nurse is a good nurse," arguing that by paying badly, you could be assured that only truly caring altruists would take the job.
2. Feminist economists have done less examination of firms, but we should—for women's benefit as well as the benefit of everyone. If we believe—and teach—that firms must put the goal of profit-making above all others, we encourage people to believe that it is inevitable that businesses will act in unethical and uncaring ways towards workers, communities, and the environment. We therefore, I believe, help perpetuate a cycle of low expectations and bad behavior.

I suggest that what we have learned from feminist economics should cause us to re-evaluate these beliefs.

**1. "money = greed"**

Feminist economists have critiqued the line of thinking that posits a totally self-interested economic "man" who acts the marketplace, but sees him as going home to a totally altruistic and non-economic family.

E.g.

- debunking Becker's model of the household "altruist" (using theories and evidence regarding bargaining, power, and self-interest in the family)
- recognizing that work at home is *work*, and should be counted in GDP

- investigating how paid caring labor complicates the division between traditional home and market work

But we've looked mostly at the *household* side of this. What about the other side—of men, money, business firms, and markets? Is this really as selfish as it is often portrayed?

For example—in marked contrast to the literature on nurses—it is taken for granted in the literature on executive compensation that corporate leaders will act purely out of self-interest, and must be properly "incentivized" with bonuses and stock options to look after business or shareholder interests.

The idea that working with money makes one selfish might seem to be confirmed by widespread press coverage of some psychological studies. Reports on one, for example, carried headlines such as "Cold hearts and tight fists: A love of money can make us antisocial and mean" and "Just Thinking About Money Can Turn the Mind Stingy." In this study, by Kathleen D. Vohs et al., subjects "primed" with money tended to be less helpful and less generous than other subjects—less likely, for example, to offer to help on a task to a confederate of the researcher. In the literature on motivation, research on extrinsic versus intrinsic motivations often emphasizes the phenomenon of "crowding out," whereby giving people money for doing a task reduces their intrinsic motivations (such as enjoyment, or care for others) for doing it.

Other findings from psychology, however, may help us see these sorts of portrayals of selfishness in economic life in a new way. First, we tend to use "cognitive schemas" and "implicit associations" in which we group things together automatically, for ease in mental processing. So consider how easily this association of money with selfishness tends to fit into a set of associations we can find all over contemporary Western culture:

instrumental		expressive
masculine	_____	feminine
distant		close
cold		warm
money		love

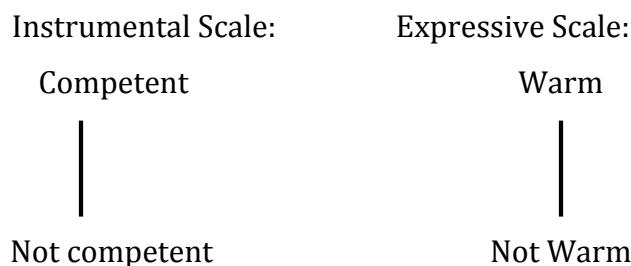
Second, it is also the case that what is *simple*, we tend to believe is *true*. So does this association tell us that money and coldness are really linked, or is this an invention of our mind?

I believe there is good evidence that the case is largely the latter. Quality work on worker motivation, for example, has shown that the effects of monetary payments

depend greatly on their social context. Monetary payments that are associated with the worker giving up control to someone else are, indeed, associated with "crowding out" of intrinsic motivations. But payments that acknowledge and support the worker's own feelings of competence can "crowd in" a desire to do the work well. The simple model of "incentivizing" executives that had led, in the US, to compensation packages of a truly ridiculous size, came not from research into the actual motivations and behavior of business leaders, but from *economists* working within the model of rational, self-interested *homo economicus*. While snapped up by people who could use this model as an excuse to increase their compensation and power, the practice is both bad psychology and bad economics.

What about the Vohs et al. study? The subjects primed with money appeared to act in ways that were less sympathetic and warm. But the researchers themselves actually associated this result more with increased feelings of *competence*, rather than reduced feelings of care. This and other studies have suggested that thinking about having money tends to make people feel more personally efficacious. The authors suggest that the money-primed subjects may have "believed that the confederate should figure out on her own how to perform a task, as a self-sufficient person would do."

In a wide range of types of psychological studies (in the U.S.), it has been shown that people don't use the simple instrumental/expressive dualism discussed earlier to evaluate themselves and others, but rather treat instrumental traits (such as competence) and expressive traits (such as warmth) as separate categories. That is, a person may be perceived as both competent and warm, one or the other, or neither. (In studies of stereotypes, for example, "people like us" tend to be seen as competent and warm; envied groups as competent but not warm; traditional homemakers as warm but not competent; and welfare recipients as neither.)



I hope that looking at issues of money and motivations with just a little more psychological sophistication might help us get past some too-easy "love versus money" thinking. Can someone who is warm and sympathetic also be competent and highly paid? Why not!

## 2. "Firm maximize profit"

Feminists have critiqued the notion that "households maximize utility," with work on *non-unitary* households and by questioning (through our work on capabilities,

empowerment, sustainability, and so on) the idea that the sole goal is something simple called "utility,"

So I hope we should also be willing to entertain the possibility that firms are non-unitary. That is, that they are social organizations, with diverse actors and goals. For example, some people take the huge compensation packages currently taken by some CEOs as evidence of profit maximization. But they are not. Shareholders are the group that is supposed to get profit, and profit is *reduced* by unnecessary payments to employees, including executives.

We should also be willing to critique the idea that the sole goal is something simple called "profit." Yes, firms (like any other social organizations) need to take in more than they spend, over the long run, to survive. But the "profit *maximization*" doctrine implies that they must forgo pursuing any other goal (for example, employee well-being or environmental sustainability) if it would cut into profits by even one dollar.

Many people believe that profit maximization is *mandated* for firms, either by economics or by law. The argument from economics says that any firm that fails to profit maximize will be driven out of business by market competition. The competition that is supposed to enforce this is envisioned as arising either on the product side or in capital markets, or both. The argument from the law side says that there are legal mandates of "shareholder primacy" or "fiduciary duty" that require a firm's managers to maximize profit. A firm that fails to do this, it is argued, would find itself faced with "shareholder derivative suits" and resulting orders from the courts to put shareholders' interests first.

The economic story of "market discipline," however, only applies to firms in a particular type of market: a market characterized by "perfect competition" and populated by small, powerless actors. In the real world, the large corporations that dominate economic life do not fit this picture at all. Such firms can choose *not* to profit maximize—for example, by paying exorbitant CEO salaries. Or, by the same token, by doing more positive things.

I've recently dug more deeply into the legal literature on corporate law. While one can find many instances of legal rhetoric claiming that the "purpose" of firms is to maximize profit, one cannot, in fact, find this written into the legislation regulating corporations in any U.S. state. Nor does the preponderance of case law (that is, legal findings by courts) enforce profit maximization at all costs. Something called the "business judgment rule" results in nothing except (perhaps) the most blatant self-dealing by hired decision-makers being punishable by the courts. The judges say that they don't know as much about the business as the executives do, and that they don't want to discourage risk-taking. They therefore will generally believe that the executives acted in the interests of the business, no matter how badly a decision may have turned out or how dissatisfied the shareholders may be with it.

The popularity of profit-maximization *rhetoric* in U.S. law can, in fact, be traced to the deep influence of the University of Chicago school of economics, with its fanatical faith in markets and deep suspicion of government. The "law and economics" field has been strongly influenced by people such as Becker and Posner. Just how deeply this faith in the perfection of markets goes can be seen in a recent court ruling, *Walt Disney Company Derivative Litigation* (2005). Shareholders brought suit after the executives granted a departing president a compensation package that even the judge commented was "breathtaking." The rhetoric of the decision makes it clear that this court believed that, following the University of Chicago line, increasing shareholder value is the sole purpose of a corporation. But did this judgment confirm that profit-maximization is legally enforceable—that executives who fail to do what the shareholders think they should be doing will be reprimanded or punished by the courts? Far from it! The court ruled *against* the shareholder plaintiffs, on the ground that "[t]he redress for failures that arise from faithful management must come from the *markets*, through the actions of shareholders and the *free flow* of capital" and *not* from the courts.

The bottom line, then, is that neither markets (because they are often far from competitive) nor the legal system (because of the business judgment rule) enforce profit maximization. This should not be a huge surprise, since empirical studies of business executives generally show that many feel responsibilities to many constituencies beyond just their shareholders. Their actions have *never* complied very well with what economists think they should be doing.

## **Conclusion**

The belief that people in their market and business lives **MUST** be cut-throat and uncaring is not based on actual research about markets, businesses, or psychology, but rather is related directly to economists' model of *homo economicus*. Firms were assumed to have a simple monetary goal precisely because this made modeling by calculus possible, which in turn satisfied economists' "physics envy."

Understanding that cut-throat and uncaring behavior is generally *optional* in the world of money and real-world markets, is, I believe, an important first step in trying to prevent it from happening.

***Moneda fría, corazones cálidos? Evidencia desde la Economía, el Derecho, los Negocios y la Psicología sobre el género metafórico del dinero y del cuidado***

Julie A. Nelson, Universidad de Massachusetts, Boston  
Preparado para la conferencia IAFFE, Buenos Aires, julio 2010  
(traducción crudo a través de Google Translate)

Esta charla se basa en dos documentos. Uno, sobre fines de lucro, está casi listo para ser enviados a la *Washington University Journal of Law and Policy*. La otra (en curso) trata de los aspectos psicológicos. . (E-mail: [julie.nelson@umb.edu](mailto:julie.nelson@umb.edu) para obtener copias.)

Me parece que muchas personas tienen una o ambas de las siguientes creencias:

1. La motivación por los fines de lucro (o dinero) es lo mismo que la codicia.
2. Las empresas hay que maximizar los beneficios (lucro)

Pero estas creencias crear resultados que me parecen problemático:

1. Economistas feministas han hecho un montón de trabajo sobre "trabajo de cuidar". Algunas personas creen que el cuidar se puede hacer solamente en los reinos "no contaminada" por intereses de dinero, y promover una "lucha contra la mercantilización" cuyo resultado principal puede ser mantener el cuidado de escasos recursos. Por ejemplo, el *Journal of Health Economics* no hace mucho tiempo publicó un artículo subtítulo "¿Por qué una enfermera mal pagado es una buena enfermera?", argumentando que al pagar mal, puede estar seguro de que sólo los altruistas verdaderamente cuidadores tomaría el trabajo.

2. Economistas feministas no han examinado tanto las empresas, pero debemos, para beneficiar a las mujeres, así como beneficiar a todos. Si creemos y enseñamos que las empresas deben poner el objetivo de beneficios (lucro) por encima de todos los demás, animamos a la gente a creer que es inevitable que las empresas actúen de forma poco ética e indiferente hacia los trabajadores, las comunidades y el medio ambiente. Por lo tanto, creo, ayudan a perpetuar un ciclo de bajas expectativas y el mal comportamiento.

Sugiero que lo que hemos aprendido desde la economía feminista debería hacernos volver a evaluar estas creencias.

**1. "dinero = avaricia"**

Economistas feministas han criticado la línea de pensamiento que postula un "hombre económico" de interés propio que actúa el mercado, pero que cuando regresa a casa encuentra a una familia totalmente altruista y no económica.  
Por ejemplo

- Hemos desenmascarado el modelo de Becker de la familia "altruista" (utilizando las teorías y evidencia relativas a la negociación, el poder y el interés propio en la familia)
- Reconocemos que el trabajo en el hogar es *trabajo*, y debe ser contado en el PIB
- Hemos investigando cómo el trabajo cuidado pagado complica la división entre el hogar y el trabajo tradicional de Mercado

Pero hemos trabajado sobre todo en el lado del hogar. ¿Qué hay del otro lado-de los hombres, dinero, empresas, y mercados? ¿Es esto realmente tan egoísta como él se retrata a menudo?

Por ejemplo--en contraste marcado con la literatura sobre las enfermeras--se da por sentado en la literatura sobre compensaciones a los ejecutivos que los líderes corporativos actúan puramente por su propio interés, y debe ser adecuadamente "incentivados" con bonos y opciones para cuidar los negocios o intereses de los accionistas.

La idea de que trabajar con el dinero hace uno egoísta podría parecer confirmado por la prensa generalizada de algunos estudios psicológicos. Informes sobre uno, por ejemplo, llevó a titulares como "Corazón frío y puños cerrados: El amor por el dinero puede hacernos antisocial y malicioso" y "Sólo pensar en dinero pone amarrado la mente". En este estudio, realizado por Kathleen D. Vohs et al., los sujetos "imprimados" con el dinero tienden a ser menos atentos y menos generosos que otros sujetos--menos probable, por ejemplo, de ofrecer su ayuda en una tarea a un cómplice del investigador. En la literatura sobre la motivación, la investigación sobre las motivaciones extrínsecas y intrínsecas a menudo hace hincapié en el fenómeno de "efecto de desplazar", en que el dar a la gente dinero para hacer una tarea reduce sus motivaciones intrínsecas (por ejemplo, el disfrute o el cuidado de otros) para hacerlo.

Otros hallazgos de la psicología, sin embargo, puede ayudarnos a ver este tipo de representaciones de egoísmo en la vida económica de una manera nueva. En primer lugar, tendemos a utilizar "esquemas cognitivos" y "asociaciones implícitas" en la que se agrupan cosas juntos de forma automática, para facilitar el procesamiento mental. Así que considera la facilidad con que esta asociación con el egoísmo del dinero tiende a encajar en un conjunto de asociaciones que podemos encontrar en toda la cultura occidental contemporánea:

instrumental		expresivo
masculino		femenino
distante	—————	cerca
frío		cálido
moneda		el amor

En segundo lugar, es también el caso de que lo que es *simple*, tendemos a creer que

es *verdad*. Nos informa esta asociación que el dinero y la frialdad son realmente vinculados, o se trata de una invención de nuestra mente?

Creo que hay buena evidencia de que el caso es en gran parte el posterior. Trabajo de calidad sobre la motivación de los trabajadores, por ejemplo, ha demostrado que los efectos de los pagos monetarios dependen en gran medida de su contexto social. Pagos monetarios que se asocian con el trabajador cediendo el control a otra persona, de hecho, son asociados con "efecto de desplazar" de las motivaciones intrínsecas. Pero los pagos que reconocen y apoyan los propios sentimientos del trabajador de la competencia puede "atraer" el deseo de hacer bien el trabajo. El modelo simple de "incentivar" los ejecutivos que han llevado, en los EE.UU., a los paquetes de compensación de un tamaño realmente ridículo, no provino de la investigación sobre las motivaciones reales y el comportamiento de los líderes de negocios, sino de los economistas que trabajan dentro del modelo del racional, auto-interesado *homo economicus*. Si bien es usado por personas que podrían utilizar este modelo como una excusa para aumentar su remuneración y el poder, la práctica es a la vez psicología mala y economía mala.

¿Y el Vohs et al. estudio? Los sujetos imprimado con el dinero apareció a actuar de maneras que no eran tan simpáticos y cálidos. Pero los propios investigadores correlacionan este resultado más con un aumento de la sensación de competencia, no con una disminución del cuidado. Este y otros estudios han sugerido que el pensamiento de tener dinero tiende a hacer que la gente se sienta personalmente más eficaces. Los autores sugieren que los sujetos imprimados con dinero "cree que el cómplice debe averiguar por su cuenta cómo realizar una tarea, como una persona autosuficiente haría."

En una amplia gama de tipos de estudios psicológicos (en los EEUU), se ha demostrado que las personas no utilizan el dualismo simple entre el instrumental y el expresivo discutido anteriormente para evaluar ellos mismos ya otros, sino más bien tratan rasgos instrumentales (como la competencia) y los rasgos expresivos (como calor [que significa cariño]) como categorías separadas. Es decir, una persona puede percibirse como competente y afectuoso, uno u otro, o ninguno. (En los estudios de los estereotipos, por ejemplo, "gente como nosotros" tienden a ser vistos como competentes y afectuosos; grupos envidiados tal como amas de casa tradicionales como afectuosos pero no competentes; y receptores de asistencia social como ninguno de ellos.)

Escala Instrumental:

Competente



No competente

Escala Expresivo:

Cálido/afectuoso



No Cálido/afectuoso



Espero que, al considerar las cuestiones de dinero y las motivaciones con la sofisticación sólo un poco más psicológica puede ayudarnos a superar algunos demasiado fácil "amor versus dinero" pensando. ¿Puede alguien que sea cordial y simpático también ser competente y muy bien pagados? ¿Por qué no!

## 2. "Las empresas maximizan los beneficios"

Las feministas han criticado la idea de que "los hogares maximizar su utilidad," con nuestro trabajo sobre los hogares no unitarios y al cuestionar (a través de nuestro trabajo sobre las capacidades, el empoderamiento, la sostenibilidad, etc.) la idea de que el único objetivo es algo que se llama simple "utilidad."

Así que espero que también debe estar dispuesto a considerar la posibilidad de que la empresa no es unitario. Es decir, que son organizaciones sociales, con diversos actores y objetivos. Por ejemplo, algunas personas toman la compensación enorme ya adoptada por algunos directores generales como prueba de la maximización del beneficio. Pero no lo son. Los accionistas son el grupo que se supone que obtiene de ganancias, y el beneficio se reduce en pagos innecesarios a los empleados, incluyendo ejecutivos.

También debemos estar dispuestos a criticar la idea de que el único objetivo es algo que se llama simple "lucro (o beneficio o ganancia)". Sí, las empresas (como todas las organizaciones sociales) necesita ganar más de lo que gastan, en el largo plazo, para sobrevivir. Sin embargo, la "maximización del beneficio" doctrina implica que deben renunciar a cualquier otro objetivo frunciendo (por ejemplo, bienestar de los empleados o la sostenibilidad del medio ambiente) en caso de que reduciría las ganancias por un solo dólar.

Muchas personas creen que la maximización del beneficio es *obligatorio* para las empresas, ya sea por la economía o por la ley. El argumento de la economía dice que cualquier empresa que no logre maximizar los beneficios será eliminado a través de la competencia de mercado. Esta competencia se supone ser producido por el mercado del producto o en los mercados de capital, o ambos. El argumento desde el lado de la ley dice que hay mandatos legales de la "primacía de los accionistas" o "deber fiduciario" que requiere a los directivos de una empresa maximizar el beneficio. Una empresa que no lo hace, se argumenta, se encontraría frente a un "pleito derivativo de los accionistas" y por tanto recibirá órdenes de los tribunales de poner los intereses de los accionistas en primer lugar.

La historia económica de la "disciplina de mercado", sin embargo, sólo se aplica a las empresas en un determinado tipo de mercado: un mercado caracterizado por la

"competencia perfecta" y poblada por actores pequeños e impotentes. En el mundo real, las grandes corporaciones que dominan la vida económica no se ajustan a esta imagen en absoluto. Las empresas pueden no optar por maximizar los beneficios--por ejemplo, mediante el pago de sueldos exorbitantes a los ejecutivos. O, por lo mismo, haciendo cosas más positivas.

He empezado a excavar más profundamente en la literatura jurídica del derecho corporativo. Si bien uno puede encontrar muchos ejemplos de la retórica jurídica que invoque que el "propósito" de las empresas es maximizar el beneficio, no se puede, de hecho, encontrar esto escrito en la legislación que regula las empresas en cualquier estado de los EE.UU.. Tampoco la preponderancia de la jurisprudencia (es decir, las conclusiones jurídicas por los tribunales) hacer cumplir la maximización del beneficio a toda costa. Algo llamado la "regla de juicio de negocio" da lugar a que nada más que (quizás) la más flagrante acción en provecho propio puede ser sancionada por los tribunales. Los jueces dicen que no saben tanto de la empresa como los ejecutivos, y que no quieren desalentar la asunción de riesgos. Por lo tanto, generalmente se cree que los ejecutivos actuaban en interés de la empresa, no importa lo mal que una decisión puede resultar o cómo insatisfechos los accionistas podrán estar con ella.

La popularidad de la retórica de maximización de beneficios en los casos judiciales de EE.UU. se puede atribuir a la profunda influencia de la Universidad de Chicago School of Economics, con su fe fanática en los mercados y su profunda desconfianza del gobierno. La "ley y economía" campo ha sido fuertemente influenciado por gente como Becker y Posner. Qué tan profundamente esta fe en la perfección de los mercados se puede ver en una sentencia reciente, *The Walt Disney Company Derivative Litigation* (2005). Los accionistas presentaron una demanda después de los ejecutivos concedió a un presidente saliente un paquete de compensación que ni siquiera el juez comentó fue "impresionante". La retórica de la resolución deja claro que este tribunal considera que, tras la Universidad de Chicago línea, aumentando el valor accionista es el único objetivo de una corporación. Pero, ¿esta sentencia confirma que la maximización del beneficio es jurídicamente exigible--que los ejecutivos que no hacen lo que los accionistas quieren van a estar perjudicados o sancionados por los tribunales? Ni mucho menos! El tribunal decidió en contra de los demandantes de los accionistas, por considerar que "la reparación de las fallas que surgen de la administración de fieles debe venir de los *mercados*, a través de las acciones de los accionistas y el *libre flujo* de capital" y *no* de los tribunales.

La conclusión, entonces, es que ni los mercados (ya que son a menudo lejos de la competencia) ni el sistema legal (por la regla de juicio de negocios) hacer cumplir la maximización del beneficio. Esto no debe ser una gran sorpresa, ya que los estudios empíricos de los ejecutivos de negocios en general, muestran que muchos se sienten responsabilidades por muchas partes interesadas más allá de sus accionistas. Sus acciones nunca han cumplido muy bien con lo que los economistas creen que deberían estar haciendo.

## Conclusión

La creencia de que la gente en su vida de mercado y los negocios deben estar feroz y sin cuidado no se basa en la investigación actual sobre los mercados, las empresas, o la psicología, sino más bien se relaciona directamente con el modelo económica del homo economicus. Se supone que las empresas tienen una meta monetaria simple precisamente porque este modelo hecha posible usar el cálculo, que a su vez satisface la "envidia la física" de economistas.

Entendiendo que comportamiento feroz y descuidado es generalmente *opcional* en el mundo del dinero y los mercados del mundo real, es, creo, un primer paso importante para tratar de evitar que ocurra.