

Contextualizar el término cliente

La genealogía del lenguaje clientelar [customer language] en las bibliotecas

Susan Maret y Ben Eagle (1)

El artículo original en inglés lleva por título "Situating the Customer: The Genealogy of Customer Language in Libraries", y fue publicado en la revista estadounidense *Progressive Librarian* (#41, Fall 2013, pp. 18-38). La traducción ha sido realizada por Sara Plaza, revisada por Edgardo Civallero y difundida desde "Bibliotecario" (<http://biblio-tecario.blogspot.com>) con los permisos pertinentes.

Sirviéndonos del "método genealógico" de Michel Foucault, con este artículo queremos promover, dentro del campo de la Bibliotecología y las Ciencias de la Información (LIS), el debate sobre el lenguaje clientelar y "la bibliotecología orientada hacia el cliente", y sobre aquellos temas y prácticas "que responden a y refuerzan una visión fundamentalmente económica de la bibliotecología, culminando con el concepto de 'cliente'" (Buschman, 2003, p. 110) (2).

La genealogía, a decir de Foucault (1980), es "el acoplamiento de los conocimientos eruditos y de las memorias locales" que nos permite establecer un "saber histórico de las luchas y la utilización de ese saber en las tácticas actuales" (p. 83). Teniendo en cuenta la pugna permanente dentro de la profesión bibliotecológica por describir a quienes acuden a las bibliotecas para realizar una investigación o adquirir conocimientos, la genealogía resulta apropiada para al estudio del lenguaje clientelar en las bibliotecas. Como medio de exponer "la creación de objetos a través de prácticas institucionales" (Dreyfus & Rabinow, 1982, p. 104), la genealogía revela "lo que hay de peligroso en la investigación y de inquietante en el descubrimiento" (Foucault, 1984, p. 95). Utilizando la genealogía, y esto se verá más adelante, estamos en mejores condiciones de

Percibir los accidentes, las desviaciones ínfimas –o al contrario, los retornos completos–, los errores, los fallos de apreciación, los malos cálculos que han producido aquello que existe y es válido para nosotros; es descubrir que en la raíz de lo que conocemos y de lo que somos no están en absoluto la verdad ni el ser, sino la exterioridad del accidente (Foucault, 1984, p. 81).

Durante décadas se han propuesto distintas etiquetas para los individuos, los niños y los grupos familiares que utilizan y respaldan los servicios y programas de las bibliotecas. Esas categorías van de desde *visitors* [visitantes], *the public* [el público],

taxpayers [contribuyentes], *readers* [lectores], *borrowers* [prestatarios] (Asheim, 1953), *clients* [clientes] (Johnson, 1961), "*libreree*" ["el que recibe la acción de la biblioteca"] (Gorman, 1983), *citizens* [ciudadanos] (McNeill, 1997; Lomax-Smith, 1999), *users and patrons* [usuarios y socios] (Trott, 2004) y *stakeholders* [partes interesadas] (Walton, 2012). Los individuos que buscan adquirir conocimientos también son llamados *customers* [clientes] dentro de LIS (p.e. Crum 1969; Franklin, 1993; Hernon & Matthews, 2011; Keating & Hafner, 2002; King, 2007; Mathews, 1997; Raphael, 2004; Sandy, 1997; Weingand, 1997). Este miasma lingüístico se puede resumir en parte con la cita de Michael Gorman (1983), "*a borrower is a client is a patron is a user is a reader*". No obstante, el modelo de cliente es problemático en varios frentes, sobre todo si consideramos a los bibliotecarios (y archiveros) como servidores públicos, funcionarios del Estado (p.e. bibliotecas federales, estatales y municipales).

Poner el énfasis en el ciudadano como consumidor de servicios y el foco en la identificación e incorporación de las preferencias individuales por parte de las agencias, puede debilitar las percepciones y la comprensión de las obligaciones fundamentales de los ciudadanos y de los servidores públicos. La metáfora de la satisfacción del cliente ignora y debilita los papeles cruciales de representación y tutela inherentes tanto a los funcionarios como al público (Fountain, 2001, p. 71).

Nuestro proyecto comenzó con una pregunta directa: ¿Cómo se introdujo el uso del lenguaje clientelar en el discurso bibliotecario? A través de un complejo programa de investigación descrito más adelante, contextualizamos el lenguaje clientelar en periodos históricos para entender mejor cómo el uso del término "cliente" penetró en la práctica bibliotecaria y se convirtió en el controvertido asunto que es actualmente. En una entrevista con Raymond Bellour en 1996, titulada *The Discourse of History*, Foucault dibuja el cuadro de nuestro problema de investigación:

Desde luego que estamos interesados en el lenguaje; aún así, no es que finalmente nos hayamos apropiado de él, sino que se nos escapa como nunca antes. Sus límites se han derrumbado y su universo en calma se está fundiendo; y si estamos sumergidos, no es tanto a través de su fuerza intemporal como de su actual oleaje (Foucault, 1996, p. 27).

Siguiendo a Foucault, en nuestra investigación identificamos dos "oleadas" que a nuestro parecer influyeron en el uso del lenguaje clientelar en los distintos escenarios de la biblioteca: la primera tuvo lugar en 1876 al superponerse los periodos históricos conocidos como la Edad Dorada [Gilded Age] y la Era progresista o Progresismo [Progressive Era], periodos de la historia estadounidense que son significativos por el auge de los capitalistas sin escrúpulos (Josephson, 1934), los monopolios, la burocracia, y la clase media, todo en un ambiente social de miseria, lucha por numerosos derechos, protesta y reforma. Estos periodos también son conocidos por los movimientos de eficiencia y gestión científica, "que prometían mayor producción y

menor derroche" (McMahon, 1999, p. 148). Vacilando entre la eficiencia, el corporativismo y el impulso democrático, los bibliotecarios de la Era Progresista aplicaron los principios de la eficiencia a la gestión de sus bibliotecas. La tecnología, en forma de ficheros, catálogos, sistemas de clasificación y etiquetas, e incluso la disposición de las mesas y los mostradores, se proyectó para servir "eficientemente" al público (Poole, 1876; The Library Bureau, 1908). La segunda ola de uso del lenguaje clientelar en las bibliotecas, de acuerdo a nuestro planteamiento, surgió a partir de la denominada Reinventing Government Initiative [Iniciativa para Reinventar el Gobierno] durante la administración Clinton-Gore, que hacía hincapié en el "servicio de atención al cliente" que debían ofrecer las agencias federales a los ciudadanos estadounidenses. Las políticas de reinventar el gobierno remodelaron las relaciones entre los ciudadanos y el gobierno, lo que a nuestro parecer influyó en la implementación del modelo de cliente en las bibliotecas afiliadas a los gobiernos federal, estatales y municipales. Dentro de LIS son escasos los estudios que relacionan el lenguaje clientelar con las políticas de reinventar el gobierno.

Al embarcarnos en esta investigación, no nos planteamos nuestro trabajo como una búsqueda de los orígenes o de alguna verdad; tampoco se trata de hacer un análisis exhaustivo, ni una revisión comprehensiva de la bibliografía, ni una historiografía. Simplemente queremos abrir la puerta a los investigadores para que, tomando como base nuestro trabajo, exploren los hilos y las relaciones que presentamos y que condujeron a la normalización del lenguaje clientelar en las bibliotecas. Como advierte Foucault (1984), "la genealogía no pretende remontar el tiempo para restablecer una gran continuidad por encima de la dispersión del olvido" (p. 81). Su tarea consiste en

Percibir la singularidad de los sucesos fuera de toda finalidad monótona; encontrarlos allí donde menos se espera... captar su retorno, pero en absoluto para trazar la curva lenta de una evolución, sino para reencontrar las diferentes escenas en las que han jugado diferentes papeles; definir incluso el punto de su ausencia, el momento en el que no han tenido lugar (Foucault, 1984, p. 76).

En este marco, entendemos nuestro estudio como una investigación sobre la difusión del lenguaje clientelar en la biblioteca, y la compatibilidad de dicha categorización con concepciones democráticas y progresistas de ésta como un centro comunitario, una institución educativa y un posible agente de empoderamiento. En nuestra investigación ha tenido una influencia fundamental John M. Budd (2006), quien señala que

Incumbe a los profesionales examinar si "cliente" y "comunidad" son compatibles u opuestos. "Cliente" y "comunidad" son, en sentido vago, términos teóricos, los cuales forman parte de un marco cognitivo-profesional más amplio que afectará la acción. El uso de una palabra o de un término puede tener efectos cognitivos sobre nuestra manera de pensar y trabajar en las bibliotecas (p. 256).

Hacer genealogía: El camino hasta el cliente

Para entender mejor los contextos que subyacen en el lenguaje clientelar de la práctica bibliotecaria, nuestro objeto pasó a ser "el archivo, es decir la existencia acumulada de discursos" (Foucault, 1996, p. 27). El primer paso de nuestra investigación consistió en revisar la bibliografía de la historia estadounidense y la investigación bibliotecológica. En particular, dentro de la bibliografía sobre LIS, localizamos debates concretos sobre la influencia de las prácticas empresariales y la aplicación de los principios de eficiencia y gestión científica a las bibliotecas, por parte de personajes tan destacados como Melvil Dewey y John Cotton Dana (p.e. Casey, 1981; Garrison, 2003; Johnson & Kazmer, 2011; Mattson, 2000; Nardini, 2001; Stam, 1989; Van Slyck, 1998; Wiegand, 1996). Aunque esta bibliografía no discute expresamente la aparición del lenguaje clientelar en las bibliotecas, sí señala periodos de la historia de Estados Unidos conocidos como la Edad Dorada y la Era Progresista, donde los principios y las técnicas de la gestión industrial (Chamberlain, 1911; Emerson, 1909, 1911; Taylor, 1911a, 1911b, 1912) influyeron en las operaciones de "negocio" diarias de las bibliotecas (3). Para ubicar la "singularidad de los sucesos" (Foucault, 1984, p. 76) que subraya el uso del lenguaje clientelar en las bibliotecas, dirigimos nuestra atención a los debates académicos durante la Edad Dorada y la Era Progresista, con el fin de establecer los intervalos de fechas y el marco histórico de nuestra investigación. La complejidad de la literatura en lo que se refiere a la periodización de estos dos importantes momentos de la historia de los EEUU supuso un reto para nosotros, que quizás forme parte del "hacer genealogía".

Por ejemplo, de la Edad Dorada se dice que "como el dorado que cubre un metal inferior, una fina capa de riqueza especulativa tapaba el deterioro de una infraestructura repleta de pobreza y sufrimiento humano", y se la sitúa entre los años 1865 y 1900 (Geraci, 2001, p. 158) (4). Para hacer las cosas todavía más confusas para el genealogista, el periodo entre mediados y finales del siglo XIX ha sido denominado indistintamente la Edad Dorada, la Era del Exceso [Era of Excess], y la Gran Barbacoa [Great Barbecue] (Porter, 1996, p. 2), mientras que algunos historiadores condensan la Edad Dorada y la Era Progresista en un rango más amplio de fechas que abarca desde 1865 hasta 1917 (Society for Historians of the Gilded Age and Progressive Era, n.d.). Asimismo, el historiador británico J. A. Thomson (1979) revela la confusión provocada por "el uso habitual de los dos términos 'movimiento Progresista' y 'Era Progresista'. Para algunos historiadores, Progresistas son quienes participaron en un movimiento que tenía ciertos objetivos definibles y no estaba restringido a un periodo histórico particular" (p. 7). Michael E. McGerr (2003) resolvió nuestro problema con los periodos históricos al identificar los años transcurridos entre 1870 y 1920 con la Era Progresista, y señalar además las raíces del progresismo en

La vida diaria de los hombres y mujeres de clase media en la Edad Dorada a finales del siglo XIX. El progresismo fue la manera como estos hombres y mujeres victorianos respondieron a las cuestiones fundamentales de la

vida humana a las que se ha enfrentado todo el mundo en todo momento y lugar (p. xiv).

A partir de la designación de McGerr de la Era Progresista entre los años 1870 y 1920 pudimos investigar el lenguaje clientelar en varias fuentes de referencia. Con las fechas en la mano, realizamos una búsqueda con Google Books Ngram Viewer, una herramienta que muestra en un gráfico el número de veces que uno o varios términos han aparecido "en un corpus de libros" en el periodo seleccionado (6). Ngram Viewer es una potente herramienta de investigación que no solo proporciona información visual sobre los términos que aparecen en los libros, folletos, periódicos, revistas, congresos (lo que Google define como "corpora") en unos años concretos, sino que a continuación permite a los investigadores hacer un seguimiento *dentro* de Google Books con otros términos adicionales. Completamos la búsqueda en Ngram y Google Books consultando retrospectivamente bases de datos (por suscripción) de bibliotecas (p.e. *Library Literature & Information Science Retrospective 1905-1983*) y la bibliografía bibliotecológica de la época, historia de Estados Unidos, ciencia política y administración pública, con el fin de localizar los contextos específicos donde el lenguaje clientelar hubiese sido empleado por organismos gubernamentales, empresarios y bibliotecarios. Nuestras conclusiones aparecen debajo y se presentan en forma de relato.

La primera ola: El cliente de la biblioteca, 1876-1920

La Edad Dorada fue testigo de la "revolución capitalista" de mediados del siglo XIX, que "amenazó con eclipsar la democracia estadounidense" (Brands, 2010, pp. 6-7). En ese momento apareció la "institución más influyente y poderosa del siglo XX": la empresa moderna (Porter, 1996, p. 2).

Su absoluto uso del sistema, de la organización burocrática y de lo que veía como maneras racionales, conscientes y mensurables de establecer y alcanzar los objetivos, influiría con el tiempo en el modo de operar de otras instituciones como la administración, los sindicatos, organismos agrícolas, las asociaciones de voluntarios, el ejército y las escuelas y universidades. El ejecutivo, el ingeniero y los magos del marketing asumirían sus papeles como los máximos artífices de la civilización estadounidense (Porter, 1996, p. 2).

Hombres de negocios-especuladores como Andrew Carnegie, John W. Gates, Edward H. Harriman, Andrew Mellon, John Pierpont Morgan, John D. Rockefeller y Cornelius Vanderbilt, entre otros magnates, controlaban la banca, las finanzas, el acero, los ferrocarriles, las minas y multitud de recursos naturales que alimentaban la economía industrial (Josephson, 1934), pero "un secreto de su éxito fue su habilidad para emplear la fuerza y la destreza de ejércitos de hombres y mujeres en la consecución de

su objetivo capitalista" (Brands, 2010, p. 6). Desde 1870 hasta 1910 "la vieja clase media -pequeños empresarios y profesionales independientes- aumentó algo más del doble... sin embargo, la nueva clase media creció ocho veces más" (Hofstadter, 1955, p. 215).

Es bajo estas condiciones complejas cuando aparecen los primeros ejemplos de lenguaje clientelar. Inesperadamente, encontramos una referencia al público como cliente en un artículo de 1876 escrito por F. B. Perkins (7) de la Biblioteca Pública de Boston, publicado en el informe *Public Libraries in the United States of America: Their History, Condition, and Management. Special Report* de la U.S. Bureau of Education [Oficina de Educación de los Estados Unidos]. En su artículo, Perkins aboga por gestionar la biblioteca como una "compañía de negocios" (p. 419); también compara la biblioteca con un tipo de "maquinaria" y, respecto de los bibliotecarios, advierte que la "cara avinagrada, las maneras bruscas y poco serviciales, las respuestas secas o despectivas, la lentitud al brindar información o el *esperar a los clientes* dañará rápida y profundamente la utilidad de la biblioteca" (p. 427) (8). El año 1876 merece ser tenido en cuenta por otras tres razones: la fundación de la American Library Association [ALA, Asociación Americana de Bibliotecas]; la aparición de la publicación *The American Library Journal* (Wiegand, 1996, p. 47), posteriormente rebautizada *Library Journal*; y la creación de la Library Bureau [Oficina de Bibliotecas], todas con la marca de Melvil Dewey. La influencia de Dewey en el lema del ALA, "*the best reading for the largest number at the least cost*" [literalmente, "la mejor lectura para el mayor número al menor coste"] (Dewey, 1906, p. 55) ilustra los valores de eficiencia y educación de la Era Progresista. En el caso de la Library Bureau, la profesión bibliotecaria tenía ahora una fuente de aprovisionamiento de tecnología especializada, reglas de indización y otras herramientas para organizar y normalizar colecciones y servicios.

Hasta 1876 ningún negocio había sido organizado con el propósito expreso de proporcionar a las bibliotecas todo lo necesario para la gestión, ni de manera que tuviera en cuenta sus requerimientos, aparte de la atención, basada en los beneficios inmediatos, que pudieran recibir de librerías y papelerías más o menos emprendedoras. Eso era todo lo que se justificaba desde una perspectiva empresarial. Muy pocas bibliotecas utilizaban los mismos estándares u obtenían un resultado determinado mediante el mismo método (The Library Bureau, 1897, p. 4) (9).

Continuando el recorrido por el lenguaje clientelar, en 1877 aparecen algunas comparaciones entre los comerciantes y los bibliotecarios en la bibliografía especializada (*The Library Journal*, volumen 1, 1877) (10); en 1885, Dewey comparó al comerciante con el bibliotecario "tan complacido de dar la bienvenida al lector como el comerciante honesto a su cliente" (Dewey, 1885, p. 10).

Dewey o Dui, quien en aras de la "eficiencia" acortó su nombre en 1879, con motivo de su 20 cumpleaños (Wiegand, 1996, p. 63), emuló a Perkins al retratar a los bibliotecarios como lentos y huraños. Sin embargo, fue unos pasos más allá pintando a

las bibliotecas de su época como "pasivas, dormidas, un depósito o un tanque" donde el bibliotecario era un "centinela, un carcelero" (Dewey, 1887, p. 46). No solo se calificó a determinadas bibliotecas de aquel periodo de poco atractivas, sino que además eran húmedas, viejas, no tenían ventilación, estaban polvorientas y organizadas según "una clasificación tan tosca que un lector que buscara material sobre un asunto insignificante necesitaría una semana para echar un vistazo a la gran cantidad de literatura desorganizada..." (Dewey, 1887, p. 46). Como si esto no fuera razón suficiente para disuadir al público en busca de conocimiento de acudir a la biblioteca pública, Dewey (1887) también observó que el "viejo modelo de bibliotecario era un fósil malhumorado e indolente que hacía lo que estaba obligado a hacer con una expresión que decía a las claras que ojalá no hubieras venido" (p. 46). A partir de este caos, Dewey (1887) propuso una forma novedosa de biblioteca, atractiva, "brillante", ordenada y eficiente, "con índices y catálogos sencillos y completos que mostraran al momento si el libro o folleto deseado se encontraba en el edificio" (p. 46). Dewey insistió en comparar a los bibliotecarios con los comerciantes y al individuo con un cliente: "un comerciante que da la bienvenida a un nuevo cliente, deseoso de, en la medida de lo posible, ofrecer a cada solicitante el libro que en cada momento le sea más útil" (p.46).

Es interesante darse cuenta de que el lenguaje clientelar se utilizó a menudo en informes anuales escritos por bibliotecarios, directores de bibliotecas y miembros del consejo de administración. Los informes anuales de las bibliotecas durante la Era Progresista, en tanto que importantes fuentes primarias, pueden "destapar interesantes dinámicas sociales entre los funcionarios, miembros del consejo, directores, empleados y clientes" (Lear, 2006, p. 468). Por ejemplo, en el *Annual Report of the Board of Directors of Brooklyn Library* del 29 de marzo de 1888 se dice que "el bibliotecario moderno está encantado de dar la bienvenida al lector como el comerciante al cliente" (p. 10). Sin embargo, el informe anual de las bibliotecas también es un testamento, tal vez incluso un informe de transparencia de los aspectos más burocráticos de la administración de las mismas, en el que se recogen ingresos, gastos, donantes, legislación estatal sobre bibliotecas y estadísticas que reflejan el "carácter general de la colección" (Free Public Library of St. Joseph, Misuri, 1891, p. 7).

Al difundir el evangelio de la Economía de la Biblioteca, o la "gestión de las bibliotecas (sobre todo las públicas) vistas como unidades administrativas que deben regularse, en las que están en juego cuestiones financieras y de personal y cuyos entornos sociales hay que tener en cuenta; como sistemas de rutinas y procesos; y como edificios dotados del equipamiento adecuado" (Miksa, 1988, p. 257), la Library Bureau reflejó la filosofía empresarial de la Era Progresista. Según James R. Beniger (1986) la Oficina actuó como un "consultor en administración de empresas, una aplicación anticipada de la gestión científica a la burocracia" (p. 394). La Oficina dotó a los bibliotecarios de un equipo que agilizó sus actividades, incluyendo diversos catálogos de fichas, librerías giratorias, reposabrazos y herramientas como la Clasificación Decimal e Índice Relativo [Decimal Classification and Relative Index] (11). La Library Bureau fue la primera agencia de empleo para bibliotecarios (Rider, 1944, p. 63) (12), tenía contratos con la aseguradora *New York Fire Insurance Exchange* y anunciaba especialistas en "clasificar y catalogar o indizar bibliotecas, libros, periódicos o manuscritos" (The Library Bureau,

1890, p. 4). La relación de Dewey con el mundo empresarial, mediante sus diversas iniciativas para vender productos y trabajo especializados, parece haber modelado en parte su visión del bibliotecario eficiente, quizás incluso como emprendedor (13).

Con el telón de fondo de la Era Progresista, un periodo de reformas en un clima de injusticia social, explotación, impuestos, "fiebre de fusiones" (Porter, 1996, p. 16) y "páramos industriales – centros de vicio y pobreza, feos, llenos de barriadas atestadas" (Hofstadter, 1963, p. 2), en *Library Premier* John Cotton Dana brindó a los bibliotecarios una manera de conectar el "servicio de atención al cliente" con los objetivos más nobles de la Era:

Y debería atraer continuamente su atención el hecho de que de los millones de niños que hoy están recibiendo educación en este país, no más del 5 o 6 por ciento como mucho, y quizás incluso menos, logran siquiera acceder al bachillerato. Los pocos, por supuesto, gobiernan y deben mantener la llama encendida, pero los muchos han de alcanzar un nivel de educación suficiente para saber cómo caminar por ella si la democracia ha de perdurar (1899, p. 125).

Por otro lado, en nuestra investigación descubrimos una crítica a los principios de eficiencia empresarial utilizados por las bibliotecas estadounidenses, y otro artículo que tiene importancia por los vínculos que establece entre el servicio de atención al cliente y los aspectos filosóficos de la bibliotecología. Por ejemplo, en 1903, un bibliotecario-comentarista británico vio la eficiencia de la biblioteca estadounidense de un modo poco halagüeño:

La manera de dirigir las bibliotecas estadounidenses recuerda mucho a la práctica comercial habitual, según la cual todo está subordinado al fomento de los beneficios y la economía. Sus métodos están estandarizados y todo es más o menos intercambiable, de modo que en Estados Unidos observamos prácticamente el mismo fenómeno que en la conservadora Francia. Donde los métodos operan sobre líneas codificadas, existe siempre el peligro de que todo se vuelva fijo, y de que todas las ventajas derivadas de la adaptabilidad y el poder de revisión se pierdan en la búsqueda improductiva de lo inalterable (Brown, 903, p. iv).

En el segundo ejemplo, Herbert E. Law (1905) sopesaba las prácticas comerciales: aunque los principios de eficiencia mejoraron la gestión de las bibliotecas, también pueden resultar mecánicos.

No estoy insinuando que cuando un lector entra en la biblioteca pública no sea atendido de forma cortés e inteligente. Pero, ¿te acercas a él pensando que simplemente tienes que poner un libro en sus manos y convencerle de que ha venido al lugar indicado y de que vuelva lo antes posible? Si es así,

estás aplicando buenos métodos comerciales. En cambio, si permites que tu cliente se pasee por la biblioteca como un gato en un desván, si lo haces sin impaciencia además de atenta e inteligentemente, entonces dejas de mantener tu biblioteca como una propuesta de negocio. Este acoplamiento de las palabras biblioteca y negocio me lleva a preguntarme cuáles son las relaciones de la biblioteca con el hombre práctico (p. 407).

Conforme vamos avanzando en la búsqueda bibliográfica para localizar otros casos de lenguaje clientelar en las bibliotecas de la Era Progresista, vemos que en 1905, las personas son descritas como *clientes satisfechos* en un artículo publicado en *Public Libraries*, donde se afirma que "así como de una casa comercial el mejor anuncio es un *cliente* satisfecho, también lo es de una *biblioteca*" (p. 336).

El acento que se puso en la reforma durante la Era Progresista a través de "principios científicos como medio de orientar la estructuración eficiente de las organizaciones para acabar con el clientelismo político y la gestión negligente" (White, 1999, p. 11) se extendió a las relaciones ciudadano-gobierno mediante las filosofías de "democracia eficiente" y el "máximo estado de eficiencia" (Allen, 1948, p. 18), así como el "ideal de 'Ciudadanía Eficiente'" (Waldo, 1948, p. 18). Por ejemplo, la New York City's Bureau of Municipal Research [Oficina de Investigación Municipal de Nueva York] equiparó ciudadanía eficiente con la "obligación de preparar informes que fueran útiles para un amplio rango de ciudadanos", y los cambios en la administración pública de la ciudad basados en la filosofía de que "los ciudadanos-propietarios tenían el deber de asumir una responsabilidad activa en la mejora del gobierno y el perfecto derecho a investigar los asuntos de sus agentes" (Schachter, 1995, p. 532). Para la ciudadanía eficiente resultaba fundamental la "metáfora de los ciudadanos como propietarios accionistas de las corporaciones locales" (Schachter, 1995, p. 531), basada en parte en el modelo de la Bureau of Municipal Statistics [Oficina de Estadísticas Municipales] de William H. Allen (Allen, 1907; Stivers, 2000). Dwight Waldo (1948) explica los aparentemente "incompatibles" puntos de vista económico y democrático que el gobierno, las bibliotecas, las empresas y otras instituciones de la Era Progresista trataban de reconciliar:

El dilema democracia versus eficiencia se evitó con la fórmula que expresa que la verdadera democracia y la verdadera eficiencia no son necesaria ni quizá posiblemente incompatibles. Las suposiciones y silogismos de esta línea de pensamiento resultan familiares: democracia significa una ciudadanía inteligente e informada organizada en grupos, preferiblemente los menos posibles, sobre la base de una serie de asuntos. Para cumplir este requisito tienen que funcionar las instituciones adecuadas, como son la papeleta electoral corta, un sistema de méritos, un sistema presupuestario y un sistema de notificación (p. 14).

La Library Bureau continuó trabajando en este ámbito, sirviendo a la comunidad empresarial al imprimir tarjetas de tarifas y proveer mano de obra que rellenaba y

cotejaba las tarjetas en la Factory D (The Libray Bureau, 1908). Para ello se valió de un "ejército" de trabajadores entrenados en el uso de las tecnologías exclusivas de la biblioteca, la eficiencia y la gestión científica del mundo empresarial, que "utilizaron los productos desarrollados por la Library Bureau para vendérselos a las bibliotecas, con el fin de sistematizar, controlar, coordinar y gestionar sus operaciones" (Flanzraich, 1993, p. 419). Como una interesante nota al margen (y de nuevo nos referimos aquí a la identificación por parte de la genealogía de la "insurrección de conocimientos" (Foucault, 1980, p. 84)), cabe señalar que Dewey y su hijo Godfrey pertenecieron a la Efficiency Society, fundada en Nueva York en 1912 y organizada alrededor de "la idea fundamental de la eficiencia en el uso de la energía y el esfuerzo mecánico" (Going, 1912, p. 11). Profundizando aún más, esta asociación tenía una misión más amplia arraigada en "el propagandismo de la limpieza general y su extensión al ámbito de la eugenesia, adaptando la teoría de la conservación y los ideales de prevención de residuos a cada uno de los individuos y a la raza en general" (Going, 1912, p. 11-12) (14).

A medida que los bibliotecarios de la Era Progresista se sentían atraídos por los principios de la eficiencia y la gestión científica para organizar, planificar, normalizar y aumentar la productividad con "métodos y equipo" (Thompson, 1914, p. 515) (15), la reinención de la biblioteca adquirió un claro propósito. Sin embargo, algunos bibliotecarios de ese periodo continuaron cuestionando lo que parecía una articulación necesaria de los principios de eficiencia empresarial y el lenguaje clientelar con la misión de la biblioteca.

Se ha dicho mucho, quizá demasiado, sobre dirigir nuestras bibliotecas de acuerdo con principios comerciales. Es incuestionable que deben adoptarse métodos comerciales, pero esto no significa que debemos mantener hacia nuestros lectores y los nuevos lectores, la misma actitud mental y el mismo espíritu comercial que tiene el comerciante hacia sus clientes. Desde el momento en que nuestro trabajo tenga un componente comercial, corremos el riesgo de perder esa comprensión hacia el público motivada por nuestro interés en él, la cual no tardará en ser destruida por la competitividad. (Tobitt, Prouty, Van Dyne & Paine, 1916, p. 277).

Al llegar al final de nuestra investigación sobre la primera ola del lenguaje clientelar en las bibliotecas de la Era Progresista, Earl W. Browning (1918), de la Biblioteca Pública de las Cataratas del Niágara, también parece reflexionar sobre la eficacia del modelo empresarial:

Yo no deseo convertir la biblioteca en un comercio o sacrificar la "atmósfera" a la eficiencia, pero estoy seguro de que los métodos utilizados por los comerciantes para llamar la atención de los clientes hacia sus productos pueden ser adaptados a la biblioteca... No nos gustaría tener una biblioteca que funcionara siguiendo el ejemplo de ningún establecimiento comercial... pero si pudiéramos hacer que nuestro público

se sintiera tan cómodo como lo están los clientes del almacén de ramos generales... (p. 128).

Lenguaje clientelar entre las dos olas, 1921-1992

El lenguaje clientelar seguirá apareciendo regularmente en la bibliografía bibliotecológica durante los siguientes noventa años, hasta la segunda ola de marcado uso del mismo a partir de 1993. Por ejemplo, en la 22 reunión anual de la Keystone State Library Association, el Dr. W. O. Allen (1922) del Lafayette College "habló de clientes de la biblioteca, los clientes habituales y los futuros" (p. 636). En 1926, el empresario Edward L. Kopf pronunció un discurso, titulado *Musings of a Library Customer*, en la conferencia de la Special Libraries Association celebrada en Atlantic City, en el que definió al cliente como un "'consumidor' de servicios bibliotecológicos" (p. 313) (16). Entre los años treinta y sesenta del siglo pasado el término cliente aparece esporádicamente en la bibliografía de la investigación bibliotecológica, sobre todo asociado a bibliotecas especiales y su visión de los investigadores como clientes (p.e. Crum, 1969). En 1975, dos bibliotecarias de Dun & Bradstreet, Roberta J. Gardner y Linda Zelebansky, redactaron el documento "Ten Commandments for Library Customers" ["Decálogo para clientes de la biblioteca"], que apelaba a la honestidad del investigador y la "paciencia" en el servicio de referencia. Una búsqueda en la *Library Literature & Information Science Full Text* entre los años 1984 y 1992 muestra artículos diseminados sobre lenguaje clientelar y planificación de programas en las bibliotecas no solo en Estados Unidos, sino también en Reino Unido y Australia.

En 1993 tuvo lugar un desarrollo importante de las políticas públicas que, a nuestro parecer, no solo recuperó la noción de ciudadanía eficiente de la Era Progresista, sino que con ella restableció el uso del lenguaje clientelar en las bibliotecas que dependían de los gobiernos municipal, estatal y federal.

La segunda ola: El ciudadano como cliente, 1993-actualidad

En 1901, Woodrow Wilson hizo un llamamiento en el que instaba al gobierno a "diseñar un camino propio para ser eficiente, en consonancia con nuestros principios, característico de nuestro genio para la organización"; en sus observaciones, Wilson también equiparó la falta de profesionalidad del gobierno con la falta de eficiencia (p. 292). Noventa y dos años después del llamamiento de Wilson, el 3 de marzo de 1993, el Presidente William J. Clinton creó la National Performance Review [NPR, Comisión para la Revisión del Desempeño Nacional]. Con el Vicepresidente Al Gore como su "líder" (Kamensky, 1999), el 7 de septiembre de ese mismo año, la NPR publicó su informe titulado *Creating A Government That Works Better & Costs Less: The Report of the National Performance Review* [Crear un gobierno que trabaje mejor y cueste menos]. Unos pocos días después de la publicación de dicho informe, el 11 de septiembre, el Presidente Clinton firmó la Orden ejecutiva 12862 "Setting Customer Service Standards" ["Fijación de normas de atención al cliente"]. La Orden (1993) establecía que "para llevar a cabo los principios de la Comisión para la Revisión del

Desempeño Nacional, el Gobierno federal debe centrarse en el cliente. La norma de calidad se equiparará a la mejor del ámbito empresarial". Es interesante notar que la Orden ejecutiva 12862 no definía cliente en cuanto a ciudadano, sino como "una persona o entidad que recibe directamente los servicios de un departamento o agencia". La NPR, más tarde denominada National Partnership for Reinventing Government [NPRG, Asociación Nacional para Reinventar el Gobierno], sugirió que la base para reinventar el gobierno estaba en "reconocer que la mejora de la atención al cliente es esencial para restaurar la confianza en el gobierno" (National Partnership for Reinventing Government, 1994). En octubre de 1995, 214 agencias federales reconocieron la existencia de más de 3.000 normas de atención al público (Kamensky, 1999).

La institucionalización de los principios de la NPR-NPRG abre paso a la especulación sobre la fuerza motriz que impulsó la adopción del lenguaje clientelar por parte de la comunidad bibliotecológica. Para investigar esta cuestión, volvimos a utilizar Google Ngram para realizar una búsqueda desde 1993, el año en que se creó la National Performance Review, hasta 2008 (fecha límite que asignaba la herramienta por defecto). Descubrimos un aumento del uso del lenguaje clientelar en la bibliografía bibliotecológica, *posiblemente* relacionado con la difusión de los principios de reinventar el gobierno. Por otro lado, tal vez el flujo cada vez mayor de lenguaje clientelar pueda ser atribuido al ex Presidente del ALA, Hardy R. Franklin (1993-94), quien hizo de la "atención al cliente" el sello distintivo de su presidencia (17). Además de Franklin, Hayes y Brown (1994) explicaron el modelo de cliente desde el punto de vista de los principios de eficiencia de la Era Progresista, dado que la "preocupación por el cliente, la vocación de servicio, la alta calidad del producto y el análisis coste beneficio son conceptos que se han trasladado al campo de la bibliotecología directamente del mundo empresarial, y resultan fundamentales para el modelo administrativo" (p. 413). En 1997, en varios trabajos se tratan los principios de Frederick Winslow Taylor sobre la gestión científica y el cliente de la biblioteca (p.e. Lynch, 1997; Weingand, 1997); Auld (2004) analiza el uso del lenguaje clientelar a través de las "normas de atención al cliente" (p. 81) de la Biblioteca Pública del Condado de Chesterfield. Una búsqueda en la base de datos de la *Library Literature & Information Science Full Text* desde 2004 hasta septiembre de 2013 muestra más de 1.880 artículos; una consulta rápida de WorldCat para ese mismo periodo recupera más de 200 títulos bibliotecológicos en forma de guías, manuales, anécdotas y libros sobre atención al cliente, satisfacción del cliente y gestión de la relación con los clientes (CRM).

Al reflejar conjuntamente la historia de la NPR-NPRG y la Era Progresista, reinventar el gobierno tiene el sello de los movimientos de la "ciudadanía eficiente" y la "democracia eficiente" con algunos toques (post)modernos. Vale la pena destacar que críticas parecidas a las que ha recibido la atención al cliente en la bibliografía bibliotecológica (p.e. Buschman, 2004; Edwards & Krow-Lucal, 2004; Trosow, 2004) aparecen también en la bibliografía de la administración pública (p.e. Box, 1999; Fountain 2001), con una diferencia fundamental: la crítica del ciudadano como cliente de la administración tal y como lo concibe la National Partnership for Reinventing Government está ausente de los debates bibliotecológicos.

Estos hallazgos sugieren algunas cosas: en primer lugar, el aumento del uso del lenguaje relacionado con el cliente desde 1993 indicaría una normalización de dicho lenguaje dentro de la Bibliotecología y las Ciencias de la Información, y la práctica bibliotecológica. En segundo lugar, nuestros descubrimientos señalan la necesidad de realizar investigaciones sociológicas sobre el papel del lenguaje clientelar y su influencia en la percepción que la comunidad tiene de la biblioteca. Nuestras averiguaciones apuntan también a la necesidad de llevar a cabo estudios sobre la política del lenguaje clientelar y la manera como este modela los servicios gubernamentales, incluyendo el que presta la biblioteca pública.

El cliente como problemática constante

El uso del lenguaje clientelar no es solo un tema de políticas públicas sino que refleja cuestiones políticas de gran calado, en el sentido en que el sociólogo Max Weber (1958) define la política como "la aspiración a participar en el poder o a influir en la distribución del poder entre los distintos Estados o, dentro de un mismo Estado, entre los distintos grupos que lo componen" (p. 77). Mientras que todas las categorías elegidas para caracterizar al público que utiliza la biblioteca están ligadas a la comprensión del poder y su relación con las políticas, es el uso del término cliente y su asociación con el corporativismo lo que sigue resultando problemático para la profesión bibliotecaria. El sujeto está polarizado, y desafía la posibilidad misma de neutralidad profesional. Como señala Robert Jensen (2006), "en cualquier situación, existe una distribución de poder. Apoyar o rechazar abiertamente esa distribución es, por supuesto, una decisión política; tales posiciones no son neutrales" (p. 3). El lenguaje clientelar, tanto si tiene sus raíces en la eficiencia empresarial, la gestión científica, la reinención del gobierno, la "hospitalidad" (Johnson & Kazmer, 2011) y/o las "mejores prácticas" (Harmon & Messina, 2013), cuestiona la manera en que pensamos acerca de las bibliotecas y las personas que las sostienen. Como afirma Jane E. Fountain (2001):

Los modelos de servicio pueden producir mejoras en el funcionamiento operativo de las agencias, pero esas mejoras no sustituyen –de hecho, ensombrecen- los resultados de decisiones políticas que hacen que unos clientes sean mucho menos importantes que otros. Estos "segmentos de mercado", los pobres y los políticamente débiles, continuarán estando mal atendidos sin un cambio político (p. 56).

Tal vez, por medio de la bibliotecología cívica, que "tiene por objeto fortalecer las comunidades mediante estrategias de desarrollo que renueven la misión de la biblioteca pública de educar para la sociedad democrática" (McCabe, 2001, p. 77), la profesión tenga una posibilidad de recuperar un aspecto de la Era Progresista. Es decir, de restaurar la "democracia política que se pensaba que había existido en Estados Unidos y había sido destruida por la gran empresa y la maquinaria política corrupta" (Hofstadter, 1955, p. 5). La práctica de la bibliotecología cívica no solo tiene raíces en

el ideal Jeffersoniano del ciudadano informado y educado, sino en la filosofía de John Cotton Dana (1899) de que la biblioteca "contribuye a la educación social y política, formando ciudadanos" (p. 9). Al sugerir la bibliotecología cívica como un medio de compensar la "atención al cliente" bibliotecaria es necesario reconocer que los "bibliotecarios deben tener espíritu docente" (Charberlain, 1911, p. 156), y aprovechar la oportunidad que brinda cada intercambio para estimular el desarrollo de capacidades, nuevos aprendizajes, preguntas y alfabetizaciones.

Agradecimientos

Los autores agradecen a la doctora Debra J. Hansen, profesora de la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información de la Universidad Estatal de San José; a la doctora Kathleen de la Pena McCook, profesora emérita de la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información de la Universidad de Florida del Sur; a George Machovec, director ejecutivo de la Alianza de Bibliotecas de Investigación de Colorado; y a los participantes en la LIBR 200-14, Información y Sociedad, celebrada durante la primavera de 2013, por sus observaciones y sugerencias.

Notas

(1) Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información de la Universidad Estatal de San José.

(2) La bibliotecología centrada en el cliente consiste en la medición de la responsabilidad/calidad, la "innovación" a través del modelo librería-cafetería y el énfasis en el marketing y las relaciones públicas (Buschman, 2003).

(3) Existe poca bibliografía bibliotecológica en relación con el influyente trabajo de Harrington Emerson sobre la eficiencia.

(4) Una herramienta de referencia muy utilizada por los estudiantes universitarios, la *Enciclopedia Británica*, define la Edad Dorada como un "periodo de burdo materialismo y flagrante corrupción política en la historia de los Estados Unidos durante los años 1870" ("The Gilded Age", 2013). Julie Husband y Jim O'Loughlin (2004) consideran la expresión "Edad Dorada" como un "término peyorativo que arroja una luz negativa" sobre el periodo que va desde 1870 hasta 1900 (p. 243). Estos investigadores utilizan en cambio el "titular 'la era industrial'" como marca de la Edad Dorada, ya que esta otra denominación "ha tenido el efecto inintencionado de subestimar aquellos aspectos del periodo que se ajustan al relato de la corrupción y la avaricia" (p. 243). Charles W. Calhoun (1996) describe la Edad Dorada como "el último tercio del siglo... que vio una rápida aceleración en la transformación del país" (p. xi). La Edad Dorada y la Era Progresista apenas aparecen mencionadas en *Age of Excess: The United State from 1877-1914* de Ray Ginger. Por último, tal vez debamos estar prevenidos de que "las fechas son siempre arbitrarias" (Morgan, 1970, p. vi).

(5) La obra de referencia *Facts on File Eyewitness History* se refiere al intervalo 1890-1920 como la Era Progresista (Jaycox, 2005). El historiador Richard Hofstadter (1963) utiliza las fechas 1900-1915 para la Era Progresista, mientras que el historiador Steven J. Diner (1998) establece dicho periodo entre 1890 y 1918 hasta el fin de la Primera Guerra Mundial. Lewis L. Gould (2001) se concentra en las fechas 1890-1920 para la Era, lo mismo que Buenker & Kantowicz (1988). Para ampliar el estudio, ver también Filler (1976) que ofrece más revisiones de la periodización.

(6) Google declara que todos esos datos corresponden o bien a julio de 2009 o bien a julio de 2012; nosotros utilizamos una igualación de 0, que refleja los valores reales para años concretos. Después consultamos a través de Google Books para fechas específicas como se muestra en Ngram. Para información sobre Ngram, ver <http://books.google.com/ngrams/info>.

(7) Para detalles sobre esta figura olvidada de la Bibliotecología y las Ciencias de la Información, ver Murray (2009), que ofrece información sobre el trabajo personal y profesional de Frederick Beecher Perkins en la Biblioteca Pública de Boston y la Biblioteca Pública de San Francisco. También se analiza su papel "subordinado" a Dewey. Perkins fue el padre de la novelista feminista Charlotte Perkins Gilman, y abandonó a su familia cuando Charlotte era una niña. Gilman (1991) escribió en su autobiografía: "mi infancia no tuvo padre".

(8) Identificamos el lenguaje clientelar en lo que se refiere a las bibliotecas a partir de 1876, pero esto no implica que no se hubiera utilizado antes; detuvimos nuestra búsqueda al descubrir esta fecha.

(9) Ver Flanzraich (1993) para una historia detallada de la Library Bureau y, evidentemente, sus propios materiales, muchos de ellos disponibles en texto completo en Internet Archive y Google Books.

(10) Disponible en texto completo en Google Books; también lo están muchas de las fuentes de la Era Progresista citadas en este artículo.

(11) Ver *Classified Illustrated Catalog of the Library Department* de la Library Bureau; muchos números están disponibles en Google Books. Para conocer más de la historia de la Library Bureau, ver Flanzraich (1993) y Wiegand (1996).

(12) Nos preguntamos si esta fuerza de trabajo, primero, estaba compuesta principalmente por mujeres, y, segundo, de ser así, ¿recibieron formación como bibliotecarias en la Columbia School of Library Economy y fueron después colocadas a través de la Library Bureau? Dee Garrison (1972-73) indica que "el bajo coste de contratar mujeres fue quizás la razón más importante por la que los directores de bibliotecas se alegraron de tener asistentes que fueran mujeres" (p. 132), pero en su artículo no explica los detalles del empleo en la Library Bureau. Lo que plantea diversas cuestiones acerca de los salarios justos y los derechos laborales –temas extra de la Era Progresista- y el papel de Dewey. Además, también nos preguntamos si la Library Bureau tuvo algo que ver en consolidar el uso del lenguaje clientelar en las bibliotecas públicas. Estas son preguntas para futuros genealogistas.

(13) Dewey se refiere al bibliotecario como comerciante en varios de sus escritos; por razones de espacio no hemos incluido aquí el listado completo.

(14) Señalar que Taylor (1911) "aboga" por "salarios elevados y bajos costes laborales como la base de la mejor gestión" (p. 22). Ver Boddewyn (1961) para un análisis del trabajo original de Taylor y el revisionismo posterior de sus ideas progresistas.

(15) Ver los muchos números de *Classified Illustrated Catalog of the Library Department* de la Library Bureau, muchos de ellos disponibles en Google Books. Para conocer más de la historia de la Library Bureau, ver Flanzraich (1993) y Wiegand (1996).

(16) Nardini (2001) escribe que para "1920, sin embargo, la empresa había abandonado su posición marginal, reemplazando a la escuela como el primer punto de referencia de los bibliotecarios" (p. 121), pero nosotros no llegamos necesariamente a la misma conclusión en nuestra investigación.

(17) No estamos seguros de que los principios de reinventar el gobierno influyeran en Franklin; hacen falta nuevas investigaciones. Es interesante señalar, no obstante, cómo los temas de la Era Progresista se insertan en las observaciones de Franklin (1993), por ejemplo "centrarse en mejorar los servicios al usuario de la biblioteca, llegando a quienes están insuficientemente atendidos, y ofreciéndoselos a quienes no hemos sido capaces de atender" (p. 677).

Bibliografía

Allen, W. H. (1907). *Efficient democracy*. Nueva York: Dodd, Mead and Company.

Allen, W. O. (1922). Pennsylvania. *Public Libraries*, 27, p. 636.

Asheim, L. (1953). Research on the reading of adults. *Library Trends*, 1 (4), pp. 454-461.

Auld, H. (2004). Patrons, customers, users, clients: Who are they and what difference does it make what we call them? *Public Libraries*, 43 (2), p. 81.

Beniger, J. R. (1986). *The control revolution: Technological and economic origins of the information society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Box, R. C. (1999). Running government like a business: Implications for public administration theory and practice. *The American Review of Public Administration*, 29, 19-43.

Brown, J.D. (1903). *Manual of library economy*. London: Scott, Greenwood & co.

Browning, E.W. (1918). What libraries can learn from salesmanship. *New York Libraries*, VI, pp. 128-129.

Budd, J. M. (2006). Toward a practical and normative ethics for librarianship. *The Library Quarterly*, 76 (3), pp. 251-269.

Buenker, J. D.; Kantowicz, E. R. (eds). (1988). *Historical dictionary of the Progressive Era, 1890-1920*. Nueva York: Greenwood Press.

Buschman, J. E. (2003). *Dismantling the public sphere: Situating and sustaining librarianship in the age of the new public philosophy*. Westport, CT: Libraries Unlimited.

- Buschman, J. E. (2004). The customer model and diminishing the public sphere. *Public Libraries*, 43 (2), p. 85.
- Casey, M. (1981). Efficiency, Taylorism, and libraries in Progressive America. *The Journal of Library History*, 16 (2), pp. 265-279.
- Chamberlain, A. H. (1911). Increasing the educational efficiency of the library. *Bulletin of the American Library Association*, 5 (4), pp. 154-164.
- Crum, N. J. (1969). Librarian-customer relationship. *Special Libraries*, 60, pp. 269-277.
- Dana, J. C. (1899). *A library primer*. Chicago: The Library Bureau. Retrieved from <http://archive.org/stream/primerlibrary00danarich#page/n7/mode/2up>
- Dewey, M. (1879). The profession. *American Library Journal*, 1 (1), p. 5.
- Dewey, M. (1885). *Comments*. Twenty-seventh annual report of the board of directors of Brooklyn Library. Marzo, 26. Brooklyn, Nueva York.
- Dewey, M. (1887). *Library notes: Improved methods and labor-savers for librarians, readers and writers*. Boston: The Library Bureau.
- Dewey, M. (1906). The origins of the A.L.A. motto. *Public Libraries*, 11 (2), p. 55.
- Diner, S. J. (1998). *A very different age: Americans of the progressive era*. Nueva York: Hill and Wang.
- Dreyfus, H. L.; Rabinow, P. (1982). *Michel Foucault: Beyond structuralism and hermeneutics*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Edwards, E.; Krow-Lucal, M.G. (2004). The difference between lightning bugs and lightning. *Public Libraries*, 43 (2), p. 86.
- The Efficiency Society. (1912). *Transactions*. 1. Nueva York.
- Emerson, H. (1909). *Efficiency as a basis for operation and wages*. Nueva York: The Engineering Magazine.
- Emerson, H. (1911). *The twelve principles of efficiency*. Nueva York: Engineering Magazine.
- Executive Order 12862. (1993, September 11). *Setting customer service standards*. The White House. Retrieved from <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=61557>
- Filler, L. (1976). *Appointment at Armageddon: Muckraking and progressivism in American life*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Flanzraich, G. (1993). The Library Bureau and office technology. *Libraries & Culture*, 28 (4), pp. 403-429.
- Foucault, M. (1980). Two lectures. In C. Gordon (ed.), *Power/knowledge: selected interviews and other writings, 1972-1977* (pp. 78-108). Trans. C. Gordon. Nueva York: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1984). Nietzsche, genealogy, history. In P. Rabinow (ed.), *The Foucault reader* (pp. 76-100). Nueva York: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1996). *Foucault live: Interviews, 1961-1984*. S. Lotringer (ed.). Trans. L. Hochroth & J. Johnston. Nueva York: Semiotext(e).
- Fountain, J. E. (2001). Paradoxes of public sector customer service. *Governance*, 14 (1), pp. 55-73.

- Franklin, H. R. (1993). Customer service: The heart of the library. *American Libraries*, 24, p. 677.
- Free Public Library of St. Joseph, Misuri. (1891). *First annual report*. Junio. St. Joseph, MO: The Library.
- Gardner, R. J.; Zelevansky, L. (1975). Ten commandments for library customers. *Special Libraries*, 66, pp. 326-326,
- Garrison, D. (1972-73). The tender technicians: The feminization of public librarianship, 1876-1905. *Journal of Social History*, 6 (2), pp. 131-159.
- Garrison, D. (2003). *Apostles of culture: The public librarian and American society, 1876-1920*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Geraci, V. W. (2001). The gilded age. In P. Finkelman & P. Wallenstein (eds.), *The encyclopedia of American political history* (pp. 157-159). Washington, DC: CQ Press.
- Gilded Age. (2013). In *Encyclopædia Britannica* (Academic edition).
- Gilman, C. P. (1991). *The living of Charlotte Perkins Gilman: An autobiography*. Madison, WI: University of Wisconsin Press.
- Ginger, R. (1975). *The age of excess: the United States from 1877 to 1914*. 2nd ed. Nueva York: Macmillan.
- Going, C. B. (1912). The efficiency movement: An outline. *The Efficiency Society Transactions*, 1, pp. 11-20. (a veces titulado *Journal of the Efficiency Society*).
- Gorman, M. (1983). A borrower is a client Is a patron Is a user is a reader. *American Libraries*, 14 (9), p. 597.
- Gould, Lewis L. (2001). The progressive era. In P. Finkelman & P. Wallenstein (eds.), *The encyclopedia of American political history* (pp. 310-312). Washington, DC: CQ Press.
- Harmon, C.; Messina, M. (2013). *Customer service in libraries: Best practices*. Lanham: Scarecrow Press.
- Hayes, S.; Brown, D. (1994). The library as a business: Mapping the pervasiveness of financial relationships in today's library. *Library Trends*, 42 (3), pp. 404-419.
- Hernon, P.; Matthews, J. R. (2011). *Listening to the customer*. Santa Barbara, CA: Libraries Unlimited.
- Hofstadter, R. (1955). *The age of reform: From Bryan to F.D.R.* Nueva York: Knopf.
- Hofstadter, R. (1963). *The progressive movement 1900-1915*. Nueva York: Prentice-Hall.
- Husband, J.; O'Loughlin, J. (2004). *Daily life in the industrial United States. 1870-1900*. Westport, CT, Greenwood Press.
- Jaycox, F. (2005). *The progressive era: Eyewitness history*. Nueva York: Facts On File.
- Jensen, R. (2004). The myth of the neutral professional. *Progressive Librarian: A Journal for Critical Studies and Progressive Politics*, 24, pp. 28-34. Retrieved from http://progressivelibrariansguild.org/PL_Jnl/contents24.shtml
- Johnson, E. D. M.; Kazmer, M. M. (2011). Library hospitality: Some preliminary considerations. *The Library Quarterly*, 81 (4), pp. 383-403.

- Johnson, G. W. (1961). At EPFL customers become clients. *Maryland Libraries*, 27, pp. 10-11.
- Josephson, M. (1934). *The robber barons: Great American capitalists 1861--1901*. Nueva York: Harcourt, Brace and Company.
- Kamensky, J. (1999). *National Partnership for reinventing government* (antes, el *National Performance Review*). Enero. Retrieved from <http://govinfo.library.unt.edu/npr/whoweare/history2.html>
- Keating, J. J. III; Hafner, A. W. (2002). Supporting individual library patrons with information technologies: Emerging one-to-one library services on the college or university campus. *The Journal of Academic Librarianship*, 28 (6), pp. 426–429
- King, S. F. (2007). Citizens as customers: Exploring the future of CRM in UK local government. *Government Information Quarterly*, 24 (1), pp. 47-63.
- Kopf, E. L. (1926). Musings of a library customer. *Special Libraries*, 17, pp. 313-315.
- Law, H. E. (1905, Julio). The library as a business operation. *Library Journal*, pp. 405-408.
- Lear, B. A. (2006). 'Tis better to be brief than tedious"? The evolution of the American public library annual report, 1876-2004. *Libraries & the Cultural Record*, 41 (4), pp. 462-486.
- The Library Bureau. (1890). *Classified illustrated catalog of the library department: A handbook of library fittings and supplies*. Boston. Retrieved from <http://archive.org/details/classifiedillus06buregoog>
- The Library Bureau. (1897). *Classified illustrated catalog of the library department: A handbook of library fittings and supplies*. Boston.
- The Library Bureau. (1908). *The bureau drawer*. No. 1, Enero. Boston.
- Lomax-Smith, J. (1999). Library users – clients or citizens? *Australian Library Journal*, 48 (1), pp. 53-56.
- Lynch, B. (1997). University libraries and their management. In: Prasher, R. G. & Mangla, P. B. (eds.). *Library and information science: Parameters and perspectives, essays in honour of Prof. P. B. Mangla* (pp. 412-420). Vol. 1. Nueva Delhi: Concept Publishing Co.
- McCabe, R. S. (2001). *Civic librarianship: Renewing the social mission of the public library*. Lanham, MD: Scarecrow Press, Blackwell Publishers.
- McGerr, M. E. (2003). *A fierce discontent: The rise and fall of the Progressive movement in America, 1870-1920*. Nueva York: Free Press.
- McMahon, S. H. (1999). *Social control and public intellect: The legacy of Edward A. Ross*. New Brunswick: Transaction.
- McNeill, D. (1997). Citizens of libraryland. *American Libraries*, 28 (9), pp. 35-36.
- Mathews, B. (2010, Agosto 16). The customer's always right. *American Libraries*. Retrieved from <http://americanlibrariesmagazine.org/columns/next-steps/customers-always-right>
- Mattson, K. (2000). The librarian as secular minister to democracy: The life and ideas of John Cotton Dana. *Libraries & Culture*, 35 (4), pp. 514-534.

- Miksa, F. L. (1988). The Columbia school of library economy, 1887-1888. *Libraries & Culture*, 23 (3), pp. 249-280.
- Morgan, H. Wayne. (ed.) (1970). *The gilded age*. Syracuse: Syracuse University Press.
- Murray, M. D. (2009). *Frederick Beecher Perkins: Library pioneer and curmudgeon*. Thesis. San Jose: School of Library and Information Science, San Jose State University.
- Nardini, R. F. (2001). A search for meaning: American library metaphors, 1876-1926. *The Library Quarterly*, 71 (2), pp. 111-140.
- National Partnership for Reinventing Government. (1994, Febrero 18). Reinvention roundtable helping federal workers create a government that works better and costs less. 1(1). Retrieved from <http://govinfo.library.unt.edu/npr/library/rtable/vol1no1.html>
- National Performance Review. (1993, Septiembre 7). *Creating a government that works better & costs less: The report of the National Performance Review*. The Office of the Vice President. Washington: Government Printing Office. Retrieved from <http://govinfo.library.unt.edu/npr/library/nprprt/annrpt/redtpe93/234.html>
- Perkins, F. B. (1876). How to make the town library successful. In Bureau of Education, *Public libraries in the United States of America: Their history, condition, and management: Special report* (pp. 419-430). Issue 4, Part 1. Department of the Interior. Washington: Government Printing Office.
- Poole, W. F. (1876). Organization and management of public libraries. In Bureau of Education, *Public libraries in the United States of America: Their history, condition, and management: Special report* (pp. 476-504). Issue 4, Part 1. Department of the Interior. Washington: Government Printing Office.
- Porter, G. (1996). Industrialization and the rise of big business. In C. W. Calhoun (ed.). *The gilded age: Essays on the origins of modern America* (pp. 1-18). Wilmington, DE: Scholarly Resources.
- Raphael, L. B. (2004). Five reasons why public libraries should serve "customers" (not patrons). *Public Libraries*, 43 (2), pp. 81-82.
- Rider, F. (1944). *Melvil Dewey*. Chicago: American Library Association.
- Sandy, J. H. (1997). By any other name, they're still our customers. *American Libraries*, 28 (7), pp. 43-45.
- Schachter, H. L. (1995). Reinventing government or reinventing ourselves: Two models for improving government performance. *Public Administration Review*, 55 (6), pp. 530-537.
- Society for Historians of the Gilded Age and Progressive Era. (n.d.). Statement of purpose. Retrieved from http://www.historians.org/affiliates/soc_hisn_gilded_age_progressive_era.htm
- Stam, D. C. (1989). Melvil and Annie Dewey and the communitarian ideal. *Libraries & Culture*, 24 (2), pp. 125-143.
- Stivers, C. (2000). *Bureau men, settlement women*. Lawrence: University of Kansas Press.

- Taylor, F. W. (1911a). *The principles of scientific management*. Nueva York: Harper & Brothers (originalmente publicado en 1903).
- Taylor, F. W. (1911b). *Shop management*. Nueva York: American Society of Mechanical Engineers.
- Taylor, F. W. (1912). Testimony. *Hearings before the United States House Special Committee to investigate the Taylor and other systems of shop management*. H. Res 90, 62nd Congress, 2nd session, vol. 3. Washington: Government Printing Office
- Thompson, C. B. (1914). The literature of scientific management. *The Quarterly Journal of Economics*, 28 (3), pp. 506-557.
- Thompson, J. A. (1979). *Progressivism*. BAAS Pamphlets in American Studies 2. British Association for American Studies. South Shields: Peterson Printers.
- Tobitt, E.; Prouty, L.; Van Dyne, C.; Paine, P. M. (1916). The American public library as seen from the circulation desk. *Bulletin of the American Library Association*, 10 (4), pp. 276-286. Papers and Proceedings of the 38th Annual Meeting of the American Library Association. Julio.
- Trosow, S. E. (2004). Terminology is important. *Public Libraries*, 43 (2), pp. 86-87.
- Trott, B. (2004). The power of words. *Public Libraries*, 43 (2), pp. 83-84.
- Van Slyck, A. A. (1998). *Free to all: Carnegie libraries & American culture, 1890-1920*. Chicago: University of Chicago Press.
- Waldo, D. (1948). *The administrative state*. Nueva York: Ronald Press Company.
- Walton, G. (2012). Customers, stakeholders, patrons, users, clients, members, or readers? What do we call people using our services? *New Review of Academic Librarianship*, 18 (2), pp. 111-113.
- Weber, M. (1958). Politics as a vocation. In H. H. Gerth & C. Wright Mills (eds.). *From Max Weber: Essays in sociology* (pp. 77-128). Nueva York: Oxford University Press.
- Weingand, D. E. (1997). *Customer service excellence: A concise guide for librarians*. Chicago: American Library Association.
- White, R. D. Jr. (1999). More than an analytical tool: Examining the ideological role of efficiency. *Public Productivity & Management Review*, 23 (1), pp. 8-23.
- Wiegand, W. A. (1996). *Irrepressible reformer: A biography of Melvil Dewey*. Chicago: American Library Association.
- Wilson, W. (1901). Democracy and efficiency. *The Atlantic Monthly*, 77 (521), pp. 289-299.