

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	11
Abkürzungsverzeichnis	13
1. Einleitung	15
1.1 Zur Fragestellung und Relevanz des Themas	15
1.2 Zum Forschungsstand	18
1.3 Begründung der Länderauswahl und des methodischen Vorgehens	21
2. Begriffsklärung und theoretische Grundlagen	27
2.1 Klientelismus und seine Organisation	27
2.1.1 Die Rolle des Patrons	30
2.1.2 Die Rolle des Brokers	32
2.1.3 Die Rolle des Klienten	33
2.1.4 Kollektive Identität	35
2.1.5 Zugang und Kontrolle	36
2.1.6 Verhandlungsmöglichkeiten	37
2.2 Klientelismus und Demokratie	39
2.2.1 Klientelismus als informelle Institution	39
2.2.2 Klientelismus und die Demokratie(sierungs)-Debatte	41
2.2.3 Das Neopatrimonialismus-Konzept in der Demokratisierungsdebatte	43
2.3 Klientelismus und Inklusion	45
2.4 Klientelismus und populistische Regime	49
2.5 Parteien als klientelistische Agenten	52
2.6 Soziale Bewegungen und ihre Bedeutung für den Klientelismus	55
2.7 Klientelismus und politischer Wettbewerb	59
2.7.1 Politischer Wettbewerb in Argentinien, Mexiko und Venezuela	59
2.7.2 Hegemonialer Klientelismus	63
2.7.3 Kompetitiver Klientelismus	65

3. Klientelismus in Argentinien	69
3.1 Historischer Klientelismus von UCR und PJ vor 1983	69
3.1.1 Gewerkschaften	70
3.1.2 Klientelismus während der Proskription (Verbot) des Peronismus	74
3.2 Kompetitive Netzwerke nach der Demokratisierung (bis 2001)	76
3.3 Eine neue Unterschicht als Zielgruppe für Klientelismus	77
3.3 Politik für die Massen und Mobilisierung der Massen für die Politik – der Klientelismus in den 1990er Jahren	78
3.3.1 Öffentliche Beschäftigung	80
3.3.2 Kollektive Identität	82
3.3.3 Konkurrenz und Kontrolle	84
3.3.4 Klientelismus unter Bedingungen der Ressourcenknappheit (2000-2002)	86
3.4 Der Klientelismus K.	88
3.5 Die Kooptierung der Piqueteros	95
3.6 Klientelismus in San Miguel de Tucumán	99
3.7 Exkurs: Sozialpolitik ohne Klientelismus? Das Beispiel Rosario	102
4. Klientelismus in Mexiko	108
4.1 Klientelistische Traditionen in Mexiko	108
4.2 Der Klientelismus der Dinosaurier (PRI)	114
4.2.1 Revolutionäre Ideologie	114
4.2.2 Machtverteilung	117
4.2.3 Korporatismus	121
4.3 Veränderung der Netzwerke in der Transition ab 1988	124
4.4 Von der Hegemonie einer Partei zum Drei-Parteiensystem (und zurück?)	132
4.5 Beispiele von hegemonialem und kompetitivem Klientelismus in Mexiko	135
5. Klientelismus in Venezuela	151
5.1 Von der Mär, das Erdöl zu säen. Klientelismus in einer Rentenökonomie	151
5.2 Politische Kontrolle des Klientelismus nach dem Übergang zur V. Republik (1999- heute)	163

5.3	Chavistische Sozialpolitik: Die Probleme des »Volkes« und ihre klientelistische Lösung	172
5.3.1	Die »Bolivarischen Missionen«	173
5.3.2	Consejos Comunales	189
5.4	Politische Teilhabe und Dividende im Chávismus	198
6.	Politische Inklusion durch Klientelismus	202
6.1	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	202
6.2	Bewertung der Ergebnisse	214
7.	Bibliographie	217
7.1	Literaturverzeichnis	217
7.2	Zeitungen	249
7.3	Quellen	257
7.4	Interviews	259