

Kultura nazioartekotzea



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

Kultura nazioartekotzea _

1_Aurkezpena _3

2_Nazioartekotzeari eta kulturari buruzko ikuspegia _4

2.1. Edukiaren ikuspegia _4

2.1.1 Hizkuntza eta identitatea _6

2.1.2 Talentua eta bikaintasun artistikoa ezagutaraztea _6

2.2. Merkatuaren ikuspegia _6

2.3. Atzerriko kultura-eremuaren karakterizazioa _7

3_Nazioartekotzea Euskadin _9

3.1. Euskadiren Kanpo-ekintza _9

3.1.1 Euskadik kulturaren eremuan atzerriarekin dituen harremanak _10

3.2. Kultura, BCE 2020 nazioartekotze-estrategian _11

3.2.1 Etxepare Institutua BCE 2020ren barnean _12

3.2.2 SPRI eta Enpresak Nazioartekotzeko 2017-2020 Plana _13

3.2.3 2018-2020 aldirako Kanpo Harremanetarako Plana _13

3.2.4 Nazioartekotzeari loturiko beste erakunde batzuk _14

3.3. Mapa orokorra _15

4_Antolamendua eta tresnak _16

4.1. Antolamendua _16

4.2. Tresnak _20

4.3. Ikuspegi globala _26

5_Testuingurua EAEn _27

1_Aurkezpena

Txosten honek nazioartekotzearen eta kulturaren arteko harremana aztertzen du bi ikuspegi hauetatik: edukia eta merkatua. Edukiaren ikuspegia herrialdearen nazioarteko hedapenerako eta haren kanpo-irudia hobetzeko ekintzekin lotzen da. Hala, horri lotuta, Europako potentzia handi batzuk kulturaz baliatzen hasi ziren beren irudia nazioartekotzeko, eta kulturako institutu nazionalak sortu zituzten horretarako (adibidez, Alliance Française, Goethe-Institut edo British Council). Bigarren ikuspegia, berriz, berriagoa da; kultura- eta sormen-produktuen merkataritza-ustiapenarekin lotuta dago, eta egungo ingurune ekonomiko globalizatu, interdependente eta irekian garatzen da.

Bi ikuspegi horiei kanpoko kultura-eremuaren bereizgarri den beste ardatz bat gehitu behar zaie: ekintzak gauzatzen dituzten eragileen izaera publikoa edo pribatua den, hain zuzen. Eskema horretatik abiatuta, Euskadiren kasua aztertu da, eta, horretarako, nazioartekotzearekin lotutako politika eta programa zehatzei heldu zaie.

Azkenik, kultura nazioartekotzen laguntzera eta nazioartekotze hori sustatzera bideratutako politikak gauzatzeko antolakuntza-elementuak eta esku hartzeko tresnak aztertu dira. Gogoeta horien oinarrian, kasu praktiko esanguratsu batzuk daude, kultura-esparruko nazioartekotze-ekintzen gakoak identifikatzera bideratuak.

Bukatzeko, zenbait iruzkin egin dira Euskadiren atzerriko kultura-ekintzako estrategiak har ditzakeen bideei buruz.

Beraz, laburbilduz, hauexek dira txostenaren helburuak:

- 1_Nazioartekotzea aztertzea kulturaren eremutik.
- 2_EAEko estrategiak eta programak ikertzea.
- 3_Nazioartekotze-estrategiak finkatzen dituzten hausnarketetan sakontzea.
- 4_Kulturaren eremutik Euskadiren nazioartekotze-estrategiarako ideiak ateratzea.

2_Nazioartekotzeari eta kulturari buruzko ikuspegia

Estatu baten atzerriko kultura-ekinbidez ezer esan aurretik, komeni da nazioartekotzearen eta kulturaren arteko lotura aztertzea.

Hasieran, atzerrian herrialdearen irudi jakin bat zabaltzera bideratutako eduki artistiko eta kulturaleko nazioartekotze-ekintzak izaten dira nagusi. Ekintza estrategikoak eta epe luzerakoak dira, kultura-adierazpideen berezko balioa dutenak oinarri. Geroago, sektore horretarako esportazio-politika espezifikoak aplikatzen hasten dira; hots, merkatuaren ikuspegiaren arabera politikak, balio ekonomikoan eta komertzialean ardaiztuak.

Praktikan ikuspegi biek bat egiten badute ere, helburu ezberdinak dituzte. Edukiari dagokionez, nazioartekotzearen helburua da atzerrian leku bat hartzea eta nazioarteko esparruetan barneratzea. Merkatuaren ikuspegiak, berriz, atzerriko salmentei soilik begiratzen die. Bereizketa horiek, praktikan, elkarrekin bat egiten badute ere, ikuspegi kontzeptual eta estrategikotik kulturak atzerriko esparruan dituen bi arlo nagusiak hezurmamitzen dituzte.

2.1_Edukiaren ikuspegia

Kultura-edukia herrialde baten atzerriko irudia proiektatzeko baliabide nagusia izan da (eta da). Eduki jakin batzuk nazioartekotzen dira, transmititu nahi den irudiaren arabera hautatuta; hori da, hain zuzen, estatuen atzerriko ekintzaren elementu nagusietako bat. Ikuspegi horren oinarriak honako hauek dira:

1. Herrialdearen irudia eraikitzea balioen eta sinboloen bitartez.
2. Produktu artistikoak erabiltzea herrialdearen balio eta sinbolo bereizgarri hautatu horiek transmititzeko.

Hasieran, interes diplomatikoak edo kanpo-politikako interesak zeuden oinarrian. Kultura-estrategia beti izan da diplomazia tradizionalaren parte. Kultura herrialde askoren aurkezpen-txartel nagusietako bat da. Ekintza horien bidez, herrialde bat kanpoaldearekin harremanetan jartzen da, eta hartan eragiten saiatzen da, hura seduzituz eta limurtuz. Funtsean, diplomaziaren esparruko ekintzak dira, kultura-diplomaziaren esparrukoak. Hastapenetan, herrialdearen gaineko irudi bat hedatzeko orduan, garrantzi

handia ematen zaie edukiei, irudi jakin bat aurkezteko eta konfiantza sortzeko bide ematen dutelako eta, hartara, kulturen arteko aldeak laburtzen eta hesi linguistiko eta/edo sinbolikoak gainditzeko laguntzen dutelako. Hala, egoera aproposa sortzen da atzerriko herritarren iritzia publikoan eta portaeran aldaketak eragiteko edo hango merkatuetan arrakasta izateko. Izan ere, kultura-edukiak berez dira baliotsu, ahalmen sinbolikoa eta errepresentazio-ahalmena dituztelako. Kultura-edukia bera da bitarteko eta mezu.

Azken hamarkadetan nazioarteko harremanek izandako bilakaeraren ondorioz, xede horietarako kultura erabiltzea lotuago dago orain posizionamenduarekin; hots, lurralde baten *brandingarekin*¹. Kultura elementu bereizgarri eta sinbolikoa da, eta aukera ematen du identitate bereizia eraihi eta adierazteko. Era horretan, edukia nazioartekotzea ez dago hain lotuta atzerriko iritzia publikoa konbentzitu eta hartan eragitearekin; aitzitik, lotura handiagoa du nazioarteko mailan lekua eta ospea hartzearekin. Era batera edo bestera, herrialdearen gaineko irudi jakin bat sortu eta atzerrian eskaintzeko egiten da nazioartekotzea.

Nabarmendu behar da, edukien ikuspegitik, garapenerako lankidetzak eta nazioarteko harremanak ere garrantzitsuak direla nazioartekotze-prozesuan. Ez dugu ahaztu behar esparru horietako ekintzen bitartez ere herrialdearen gaineko irudi jakin bat eskaintzen dela nazioartean, gai globalean esku hartzen delako.

Kulturarako Europako agenda² berrian nabarmentzen denez, Europar Batasunak lehenesten dituen programetan kultura da nazioarteko harremanak eta kulturarteko elkarrizketa sendotzeko mekanismoa. Kulturaren kanpo-dimentsioa, nazioarteko harremanen ahaleginarekin batera, agenda berriaren hiru ekintza-dimentsioetako bat da. Arlo horren barruan, Europako Batzordearen Kanpoko Ekintzako Zerbitzuak abian jarritako Kultura Diplomaziaren Plataformaren garapenean parte hartu du kultura-institutu nazionalen Europako sareak (EUNIC). Gainera, Europar Batasuneko herrialde kideen artean, leku nabarmena du kulturak, barne-kohesioa sustatzeko eta europartasun sentimendua pizteko mekanismo garrantzitsutzat hartzen baita. Horrexegatik, bada, agenda berrian, kulturaren arloko artisten eta profesionalen mugikortasuna sustatzen da, erraztasunak emanda maila administratiboan eta fiskalean.

Edukiak nazioartekotzeko ikuspegian alderdi horiek garrantzi berezia badute ere, helburu handiago baten eraginpean daude: nazioarteko testuinguruan herrialdearen gaineko irudi jakin bat eraikitze helburuaren pean, hain zuzen. Hortik dator, esaterako, EUNICen barneko kultura-institutuen eta Europako Kanpo-ekintzako Zerbitzuaren arteko harremana. Edukiek beren berezko balioarengatik berebiziko garrantzia duten arren, edukien ikuspegiaren arabera nazioartekotze-ekintzen hartzailea ez da zuzenean kultura-sektorea bera, bitartekari den aldetik onurak ere eskuratzen dituen arren.

Nazioartean ospea hartzeko eta lankidetzak ezartzeko interes berrien ildotik, kultura-institutu nazionalak eragile nagusi gisa hartu dira. Oro har, nork bere hizkuntzaren irakaskuntza-jarduerak antolatzen dituzte atzerrian, eta talentua eta bikaintasuna sustatzeko programak ere eskaintzen dituzte. Hala, kultura-institutuen kasua kontuan hartuta, bi estrategia bereiz daitezke edukiaren ikuspegiaren barruan.

¹ Ideia horretan sakondu daiteke Jordi de San Eugenio Velak egindako lanaren bidez: *Del Estado-nación al Estado-marca. El rol de la diplomacia pública y la marca de país en el nuevo escenario de las relaciones internacionales* <http://dx.doi.org/10.7440/res46.2013.14>

² Dokumentua hemen kontsultatu daiteke: https://ec.europa.eu/culture/sites/culture/files/staff_working_document_-_a_new_european_agenda_for_culture_2018.pdf (azken kontsulta: 2018-06-11)

2.1.1. Hizkuntza eta identitatea

Atzerrian hizkuntza irakastea funtsezko ekintza da nazioartekotze-ekintzen artean atzerrian herrialdearen gaineko irudia eraikitzeko, eta izaera propioa du, beraz.

Izan ere, kanpoko irudi bat eraikitzeko orduan, kultura baten unibertso sinbolikoaren eta mundu-ikuskeraren ispilua eta bertarako sarbidea da hizkuntza. Hizkuntza bat partekatzea konfiantza sortzeko baliabide nagusia da, eta garrantzi bizikoa da, halaber, kulturen arteko aldeak murrizteko eta kulturarteko elkarrizketa sortzeko.

Herrialdea atzerrian aurkezteko, oinarritzko bi ardatz daude: hizkuntza irakastea, batetik, eta kultura tradizionalaren eta lurraldeko folklorearen adierazpenak ezagutzera ematea, bestetik. Elementu bereizgarriak dira, lurralde-*brandingeko* estrategiaren osagai nabarmenak, eta identitate-erakuntzaren giltzarri.

Horren harira, zenbait estrategia garatu dira, hala nola atzerrian zentroak irekitzea edo irakaskuntza-zentroekin (adibidez, unibertsitateekin) lankidetzan aritzea; izan ere, horien bidez, programa propioak eskaini eta hizkuntza eta kultura ezagutarazten dituzte.

2.1.2. Talentua eta bikaintasun artistikoa ezagutaraztea

Herrialdearen kanpoko irudia nazioartekotzeko, kultura-esparruak baliabide gehiago ere eskaintzen ditu; izan ere, talentuak eta bikaintasunak ematen duten ospearen bidez herrialdea nabarmentzeko ahalmena du kulturak.

Talentuari eta bikaintasunari helduta, kultura-eduki jakin batzuk nazioartekotzen dira. Horretarako, industrializatu gabeko dimentsio bateko artistak eta sortzaileak hautatzen dira. Funtsean, KSlen (kultura- eta sormen-industriak) sormen-muinean diren diziplina artistikoetara jotzen da.

Horretarako, haxe izaten da funtsezko estrategia: herrialdearen presentzia bermatzea atzerriko azoketan eta jaialdietan; herrialdeko artistak edo artea ezagutarazteko ekitaldiak antolatzea atzerrian, eta artista horien mugikortasuna ziurtatzea biren eta egonaldien bidez.

Nazioartekotuko den edukia, funtsean, lehia publikoko diru-laguntzen bitartez hautatzen da. Horrela, lehia publikoaren bidez, saria ematen zaie proposamen onenei. Normalean, adituen balorazio-batzorde batek hautatzen ditu, irizpide publikoak aplikatuta. Ikuspegi horretatik, nazioartekotzea dimentsio esportatzaile edo komertzialik gabe egiten da; hots, herrialdearen gaineko irudiarekin lotutako kultura-adierazpide jakin batzuk erakusteko nahi eta asmo hutsez.

2.2 Merkatuaren ikuspegia

Kulturaren sektoreak garrantzia hartu du ekonomiaren ikuspegitik, bereziki elkarri lotutako industria funtzionalak barne hartzen dituen sektore zabal bat egituratu duelako. Merkatuaren ikuspegitik, helburua ez da herrialdearen kanpo irudia sortzea eta nazioartean lekua eta ospea lortzea, baizik eta produktuak esportatzea eta atzerrian salerostea. Kultura-balioaren arabera edukiak hautatzea baino gehiago, estrategiak sektoreko enpresei eta profesionali laguntzea du xede, herrialdearen garapen ekonomikoa bultzatu eta atzerrian merkatu berrietan sartzeko. Dinamika hori globala da, eta, barne-merkatu txikiak dituzten herrialdeen kasuan, estrategia hori beharrezkoa da indarra hartzeko.

Kulturaren eta sormenaren sektorea asko handitzen ari da esportazioen eta merkatuaren ikuspegiaren bidez, eta hazkunde hori garrantzi handia hartzen ari da garapen ekonomikorako estrategietan. Zehazki, kulturaren eta sormenaren sektorea ospea eta zentraltasuna lortzen ari da sormen-ekonomiak indartu ahala.

Testuinguru horretan, erakunde publikoek eta gobernuek rol aktiboa betetzen dute sormenaren eta ezagutzaren garapenari laguntzen dioten espazioak sortuz; eta, horrekin batera, eragileei ere laguntzen diete, produktuak sortzeko, sendotzeko eta nazioartekotzeko prozesuak bultzatuz, haien eragin ekonomikoa eta soziala ziurtatze aldera.

Izan ere, sormena eta ezagutza mugarik gabeko baliabideak dira, eta ez dago inportatu beharrik; berrikuntzak, bestalde, eragin positiboa du ekonomiaren garapenean: horratx sormenaren eta ezagutzaren ahalmena. Europar Batasunaren iritzi, garapen ekonomiko handia izan dezakeen sektorea da, oso ezaugarri erakargarriak baititu; eta Europa 2020 Estrategiaren helburua, hain zuzen, hazkundera eta enplegua berpiztea da «hazkunde adimentsu, jasangarri eta inklusibotik» abiatuta. Estrategiak horrela deskribatzen du kulturaren eta sormenaren sektorea:

- Adimentsua, ezagutza eta berrikuntza oinarritutako ezaugarriei esker.
- Jasangarria, sormena lehengaitzat jotzen duelako.
- Inklusiboa, sektoreko enpresek lanpostuak sor ditzaketelako (gizarteratzeko mekanismo nagusia da Europako gizarteetan).

Era horretan, kultura- eta sormen-eragileak garrantzitsuak dira sormen-ekonomia garatzeko; hala, bada, KSlen esportazioak sustatzeko eta areagotzeko ekintzek bidea irekitzen diote etorkizun irudimentsu, ekologiko eta kohesionatuago bati.

Europako kultura-agenda berriak apustu hori berresten du. Izan ere, agendaren hiru ekintza-dimentsioetako baten funtsa da kulturaren eta sormenaren sektorea aktibo ekonomikotzat hartzea. Hala, agenda berriaren arabera, sektoreak garapen ekonomikoari ekarpena egin ahal izan diezaion, honako alderdi hauek behar ditu:

- Pentsamendu artistikoa, kulturala eta sortzailea sustatzea hezkuntzan.
- KSlen aldeko ekosistemak bultzatzea, ezagutzaren bidez eta baliabideak horretara bideratuz.
- Behar diren gaitasunak sustatzea, tradizionalak zein digitalak, enpresakoak eta espezializatuak.

Merkatuaren zein edukien ikuspegietan, kultura beste helburu batzuetarako bitarteko bihurtzen da. Helburu ezberdinak direnez, ekintzen izaera ere pixka bat aldatzen da kasuan-kasuan. Merkatuaren ikuspegiari dagokionez, kulturaren eta sormenaren sektorea politiken hartzailea da (finantzaketa, enpresa-prestakuntza eta -aholkularitza, sustapena...). Edukien ikuspegian, ordea, kulturaren eta sormenaren sektorea politiken bitartekoa da (mugikortasunerako eta kanpo proiektiorako diru-laguntzak). Kontzeptu-desberdintasun txiki horiek egin badaitezke ere, kulturaren eta sormenaren sektorearen izaera konplexuaren dela-eta (sormen-nukleo indartsu bat, elkarri lotutako industria funtzionalen multzoa, industrializatu ezin diren produktuak dituzten sektoreak), ekintzak garbi sailkatzea zaila da praktikan.

2.3 Atzerriko kultura-eremuaren karakterizazioa

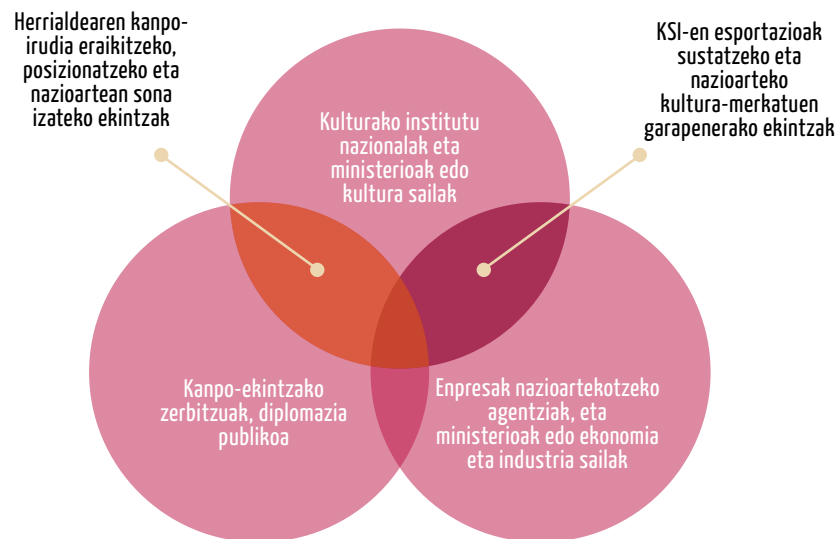
Hala, atzerriko kultura-eremuan –edo, zehatzago, **Kanpoko Kultura Ekintza (KKE)** kontzeptuaren bidez instituzionalizatu den eremu horretan– oinarritzko tentsio bat dago kanpoan irudi jakin bat sustatzeko (kultura-edukia modu selektiboan baliatuta) eta sektoreko esportazioak sustatzeko jardunen artean.

Egindako bereizketak gorabehera, praktikan zaila da ekintza zehatzak bereiztea. Atzerrian artista bat edo kultura-produktu bat sustatzea lagungarri da irudi bat sortzeko eta populazio hartzailearekiko kultura-desberdintasunak murrizteko, eta, halaber, lagungarria da sektorea atzerrian sustatzeko.

Horren harira, aldeak leunago sumatzen dira amaierako ekintzetan, ekintzak gauzatzen dituzten eragileetan baino. Dimentsio horretan, tentsio kontzeptuala tentsio instituzional bihurtzen da, instituzioak edo eragileak elkarrekin lehiatzen baitira kanpoko kultura-eremua berenganatzeko, nazioartekotze-ekintzetarako aurrekontua lortzeko eta gainerakoak norberaren helburuen mende jartzeko.

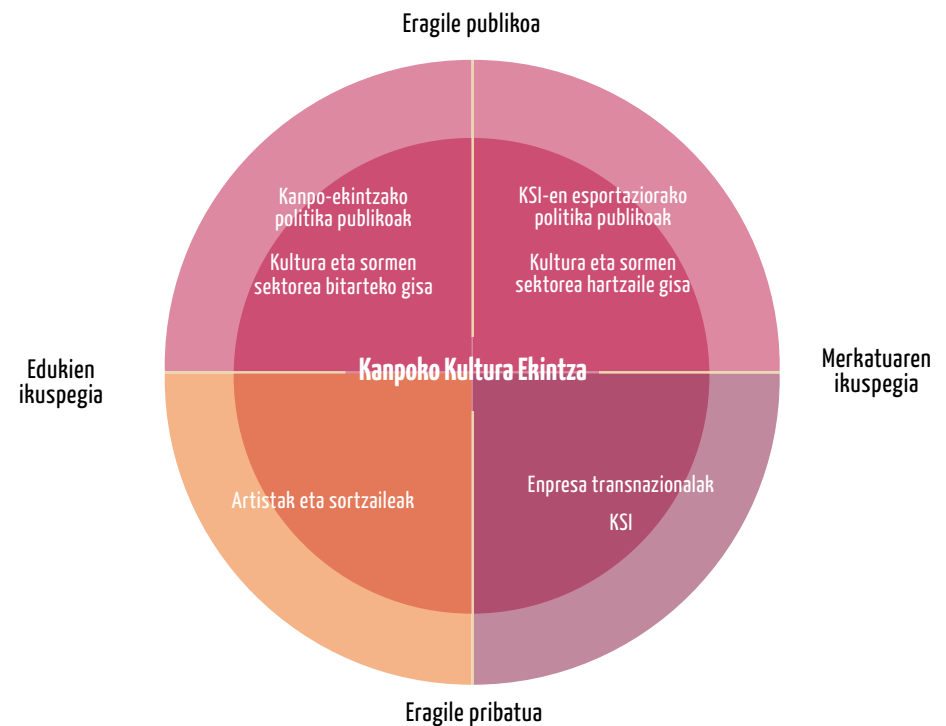
Hainbat kasutan, eragileak horren ugariak izanda eta komunikazioa, koordinazioa eta integrazioa falta izan denez, KKE estrategikoki planifikatu gabe garatu da, eta hori oztopo bilakatu da kanpo-ekintzan eragin dezakeen estrategia argi bat izateko.

Orokorrean, sektore publikoan eragile hauek aritzen dira, ekintza politikoko eremu espezifikoa sortuta:



Horren guztiaren erdigunean, hiru esparruren interesek bat egiten dute, eta horrek izan behar du integrazioarako eta lankidetzarako helburuak finkatzen dituen estrategiaren abiapuntua.

Sare publiko osoaz gain, esan behar da atzerriko kultura-eremuan **eragile pribatuak** ere jarduten dutela: herrialdearen kanpo irudia sortzen duten enpresa transnazionalak, KSI esportatzaileak eta nazioartean ere aritzen diren artistak eta kultura-sortzaileak. Eremu horretan, ez dugu ahaztu behar sozietate zibila, kulturarako Europako agenda berriak nabarmendu duenez eragile bat delako eta, horrenbestez, elkarriketa egituratu bat behar delako harekin.



Kanpo kultura-ekintzaren esparruan, eragileen izaera publikoari edo pribatuari buruzko ardatz bat eta intentzionalitateari dagokion beste bat gurutzatzen dira, edukien edo merkatuaren ikuspegitik.

Adibidez, KSlak nazioartekotzea, funtsean, bigarren alderdi horrekin (hots, esportazioarekin) dago lotuta. Hala ere, horretarako, beharrezkoa da koherentzia izatea kultura-diplomaziatik eratortzen diren ekintzekin edo kanpo irudia sortzeko ardura duten eragileekin, eta beharrezkoa da, halaber, beren egiturei babes ematea.

Izan ere, kulturaren ikuspegitik, hauxe da nazioartekotzearen erronka: kanpo kultura-ekintzaren eremuko ekintzen multzoa —eragile eta ikuspegi anitz dituela kontuan hartuta— estrategikoki integratuta eta ikuspegi globalarekin planifikatuta egon dadin lortzea.

3_Nazioartekotzea Euskadin

Aipatutako tresna kontzeptualetan oinarrituta, kapitulu honetan Euskadiren nazioartekotze-errealitatea deskribatuko da kulturaren ikuspegitik.

Lehenik eta behin, Euskadiren kanpo-ekintzari buruzko esparru orokorra azalduko da, eta, jarraian, Euskadi Basque Country 2020 (BCE 2020) estrategiaren ezagutzatik abiatuta, zehaztasun handiagoko azalpena emango da.

Ondoren, edukien ikuspegitik, Etxepare Institutuak egiten duen lana azalduko da, eta, merkatuaren ikuspegitik, berriz, SPRI - enpresa-garapenerako euskal agentzia eta 2017-2020 aldirako enpresen nazioartekotze-plana aipatuko dira. Halaber, nazioartekotzearekin lotuta, atal propioa eskainiko zaie beste erakunde batzuei —funtsean, aldundiei eta hiriburuei—.

Azkenik, aurreko atala laburtzeko eskema berdinetik abiatuta, Euskadiko kasuaren ikuspegi globala emango da.

3.1_Euskadiren Kanpo-ekintza

Euskadin nazioartekotzearen alde egin den apustua deskribatu aurretik, interesgarria da aurretiaz beste puntu bati heldzea laburki.

Lehenengo kapituluan kanpo-ekintzako eta esportazio ekonomikoko politikaz aritu gara. Elkarrengandik aldentzen diren joerak eta sortzen den eragile-aniztasuna aipatu dira. Horren atzean jatorrizko kontzeptu-bereizketa bat dago, Espainiako estatuan, autonomia-erkidegoei dagokienez, eztabaida garrantzitsuak eragin dituenak. Itxura juridikoko gaia bada ere, eta hemen eztabaidarik ebatzi nahi ez badugu ere, hor dagoela esan nahi dugu soilik, Euskadiko nazioartekotzearen errealitatearen esparrua begien bistatik ez galtzeko.

Atzerri politikaren eta kanpo-ekintzaren arteko bereizketa da. Atzerri politikak gobernuaren diplomazia-ekintza barne hartzen du, nazioarteko harremanekin lotuta batez ere. Kanpo-ekintzak, ordea, askoz errealitate zabalagoa hartzen du. Horrela, atzerri politika kanpo-ekintzaren zati bat menderatzen saiatzen da maiz. Maila juridikoan, Estatuaren eskumenekoa da atzerri politikak gidatzea eta nazioarteko harremanak ezartzea. Autonomia-erkidegoek, berriz, atzerrian ekintzak egiteko eskumenak dituzte. Atzerri politikak zein kanpo-ekintzak estrategikoak izan daitezke (izan ere, atzerri politika hala da gehienetan), baina kanpo-ekintza sektore jakin bateko ekintzekin edo interes espezifiko isolatu batekin lotzen da gehienetan, edo are gehiagotan ere.

Eztabaida Espainiako estatuan sortu da batik bat, eragileen, ministerioen eta autonomia-erkidegoen artean antolatu behar baita kanpo-ekintza. Eztabaidak eragiten duen beste gogoeta interesgarri bat da elementu estrategikoak sektore-elementuekin eta elementu taktikoekin konbinatzeko beharra (atzerri politika eta nazioarteko harremanak, atzerrian proiektzioa duten ekintzekin), ekintza mota ezberdinak koherenteak izan daitezen eta lortu nahi diren helburuak sendotu daitezen.

Espainiako estatuaren konstituzio-esparruaren eraginpean dauden autonomia-erkidegoen eskumen-mugak eta Konstituzio Auzitegiaren zenbait manu bereziki mugatuta daude estatua atzerrian ordezkatzeko eta haren nazioarteko betekizunak sortzeko ezintasunagatik. Horren aurrean, autonomia-erkidegoek eskumena dute beste herrialde batzuetako erakundeekin elkarlanean akordio administratibo ez-arautzaileak egiteko, ordezkarien bidaiak antolatzeko, mugaz gairik eta eskualdearteko ekintzetan parte hartzeko eta atzerrian bulegoak irekitzeko, autonomia-erkidegoaren interes espezifikoaren arabera.

Espainiako atzerri politikari nolabaiteko desordena eragiten zion autonomia horren aurrean (hainbat eragile, barne- eta kanpo-koordinazio gabezia), legegintzako aldaketak eta aldaketa juridikoak, antza, aurreko egoerak aldatzen ari dira³. Estatuak Atzerri Ekintza eta Zerbitzuaren Legearen (EAEZL) eta Nazioarteko Itunen eta Akordioaren Legearen (NIAL) ondorioz, Estatuak autonomia-erkidegoen kanpo-ekintza gainbegiratzen eta kontrolatzen du. Gainera, Konstituzio Auzitegiak berriki egindako epaien arabera, Estatuak autonomia-erkidegoen kanpo-ekintza koordinatu behar du.

3.1.1. Euskadik kulturaren eremuan atzerriarekin dituen harremanak

Euskadiren kanpo-ekintzari dagokionez, eskuarki kultura-arlokoak diren zenbait harreman aipa daitezke. Horren harira, Kultura eta Hizkuntza Politika Sailak sektore-akordioak sinatu ditu Parks Canadarekin (Kanadako Parkeen Agentzia), Cuscoarekin (Peru) eta CONADIREkin (Txile).

Europa barneko aldebiko harremanetan, berriz, kultura- eta sormen-sektorea da ardatza (besteak beste), Flandriako Asmoen Adierazpena, kasu.

Sailak parte hartzen duen nazioarteko sareei dagokionez, Conseil International des Archives nabarmendu behar da. Europako sareetan presentzia handiagoa da, eta, kulturaren esparruan, hauek dira parte-hartze nabarmenenak:

- Network to Promote the Linguistic Diversity (NPLD).
- Regional Initiative for Culture and Creativity (RICC).
- Ikus-entzunezko eskualde-funtsen Europako sarea (CINEREGIO).
- European Union National Institutes for Culture (EUNIC).

³ Análisi sakona egiteko: Janer, Joan David: «La acción exterior de las Comunidades Autónomas: ¿hacia una nueva interpretación de la competencia exclusiva del Estado en materia de relaciones internacionales?», in Revista d'Estudis Autònomic i Federals, 26 (2017) <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6230600.pdf> (azken kontsulta: 2018-06-11)

Puntu horretan, interesgarria da BCE 2020 nazioartekotze-estrategian identifikatutako lehentasunezko jarduketaren eremu geografikoak nabarmentzea:

	Herrialdeak	Eskualdeak
Europa	_Alemania _Danimarka _Finlandia _Frantzia _Erresuma Batua _Suedia	_Akitania-Iparralde _Bavaria _Eskoizia _Flandria _Gales
Amerika	_Argentina _Kanada _Txile _Kolonbia _Ameriketako Estatu Batuak _Guatemala _Mexiko _Peru	_Cundinamarca _Quebec _Querétaro _Minnesota _Ternua eta Labrador
Asia	_Txina _Japonia _India	_Jiangsu
Afrika	_Hegoafrika	_KwaZulu-Natal

3.2 Kultura, BCE 2020 nazioartekotze-estrategian

Euskadin, «Nazioartekotze Esparru Estrategia 2020: Euskadi Basque Country Estrategia (BCE 2020)»⁴ planak elementu estrategikoen eta sektore-elementuen arteko lotura ezartzen du. BCE 2020 eragile eta eremu ezberdinen kanpo-ekintza bateratzeko oinarria da. Estrategia 2014an abiarazi zen, eta 2017an berri 2018-2020 aldirako.

Euskadin ekonomia eta enplegua suspertzeko lau zutabeetako bat nazioartekotzea da. Haren bidez, kulturak nazioartekotze-estrategian betetzen duen zeregina ikusten da. Halaber, Euskadi Basque Country etiketaren bidez kanpo irudia sortzearen aldeko apustuak agerian uzten du hura dela elementurik estrategikoena eta globalena. Euskadi Basque Country markak esportatu nahi diren balioak ditu oinarri, eta atzerriko ekintzei zentzua ematen dien aterki bat eskaintzea du xede.

Euskadi Basque Country markak, bada, elementu global eta estrategiko bat jartzen du abian, eta bat egiten du enpresak nazioartekotzeko planarekin (estrategiaren barruan) eta nazioartekotzeko sektore-planekin, elementu zehatz eta sektorial modura.

BCE 2020 estrategian, helburu hauetan islatzen da hori:

- Enpresak nazioartekotzea (5. Helburu Estrategikoa - HE), «sektore-interesak sustatzeko eta bultzatzeko» bektoreari lotuta dago, kultura-eta sormen-sektorea barnean hartuta.
- Euskal kulturaren eta euskararen nazioarteko hedapena (12. HE), «Euskadi Basque Country marka atzerrian proiektatzeko» nazioartekotze-bektoreari lotuta dago.
- Lankidetzak hobetzea, koherenteagoak, koordinatuagoak eta parte-hartzaileagoak izan daitezkeen (13. HE), «Garapenerako erronka globalen ebazpenean laguntzeko» nazioartekotze-bektoreari lotuta dago.

Kultura-arloak 2018-2020 aldirako nazioartekotzeko sektore-plan propioa garatu du BCE 2020 strategiaren babespean. Hauek nabarmendu behar dira:

- Euskadi Basque Country marka garatzeko Euskal kulturak egiten duen ekarpena balioestea.
- KSlak nazioartekotzeko proiektua sustatzeko borondatean sakontzea.

⁴ Dokumentua hemen kontsultatu daiteke: https://www.irekia.euskadi.eus/uploads/attachments/10903/Estrategia_Basque_Country_EUS.pdf?1516722037 (azken kontsulta: 2018-06-11)

- Erreferentziazko ekimenak ezagutaraztea atzerrian, hala nola Bilboko Guggenheim Museoa, Donostia Zinemaldia, Artium edo Euskadiko Orkestra Sinfonikoa.
- Etxepare Institutua kultura-diplomaziako tresna garrantzitsua da, euskal kultura eta bere eragileak nazioartekotzeko prozesua bizitzeko.
- Azoka, foro eta sareetan egoteko apustua egitea, ikusgarritasun handiagoa lortzeko.
- BCE markaren enbaxadore-sare bat sortzea euskal artistekin.
- Diseinuaren, gastronomiaren eta bideo-jokoen industrien garrantzia nabarmentzea, 2014-2020 aldirako Europa Sortzailea Plan Estrategikoan oinarrituta.

Gainera, nazioartekotzeko esparruen artean txertatu da, halaber, hizkuntza-politika. Horretan ere Etxepare Institutua nabarmentzen da, besteak beste, jarduketa hauek zuzentzen dituelako:

- Euskarazko edukiak nazioartekotzeko laguntzak sustatzea, bidea emateko sortzaile eta eragile zinematografiko eta literarioen zirkulazioari.

Enpresak nazioartekotzeko esparruan, beste eskualde batzuekiko loturak sustatzeaz gain eta sektoreak (kultura- eta sormen-sektorea ere bai) nazioartekotzeko laguntza-programak sortzeaz gain, hau nabarmentzen da:

- Goreneko garrantzia ematea BCE marka hedatzeari, gogoan izanda zer-nolako zeregina betetzen duen kulturak xede horretarako.

Azkenik, garrantzitsutzat jotzen da garapenerako lankidetzaren eremua —zeinetan funtseko lekua duen Garapenerako Lankidetzaren Euskal Agentziak (GLEA)—, helburu hauek baititu:

- 2018-2021 aldirako Garapenerako Lankidetzaren IV. Gida Plana garatzea eta estrategia berritzeko ildoak gehitzea.
- Beste jarduketa-esparru batzuk aztertzea.
- Europako eta nazioarteko erakundeekiko harremanak areagotzea.

Estrategia berriak kulturaren eremua nabarmentzen du, alde batetik, eta garapenerako lankidetzaren, bestetik, nazioartekotze-prozesuan ibilbide luzeeneko sei eremuetako bi direlako. Ondorioz, lekua hartzen du jarraipen- eta ebaluazio-eremu gisa, eta estrategia hobetzeko aukera emango du horrek.

3.2.1. Etxepare Institutua BCE 2020ren barnean

Etxepare Institutuak funtsezko lana betetzen du edukien ikuspegian eta kultura- eta sormen-sektorearen sormen-nukleoa nazioartekotzeko esparruan; gaur-gaurkoz, ordea, ez ditu jorratzen eremu horri lotutako sormen-industria funtzionalak (diseinua, arkitektura, turismoa...).

Bere jardun-eremuak, gehienbat, edukien ikuspegia jorratzen du, kultura-adierazpideak hautatzeaz arduratzen baita nazioartean horien berri emateko, eta, ondorioz, funtsezko eragilea da Euskadi Basque Country markari loturiko kanpo irudia sortzeko. Horixe nabarmentzen dute, hain zuzen ere, BCE 2020ren agiriak.

Institutuaren memoriak aztertuta, agerikoa da funtsezko eragilea dela arlo hauetan:

- Literatura eta itzulpena
- Arte eszenikoak
- Zinema eta ikus-entzunezkoak
- Musika
- Arte plastikoak eta bisualak
- Hizkuntza eta unibertsitateak
- Sareetan (EUNIC Europako sarean parte hartzea nabari da) eta proiektu estrategikoetan parte hartzea beste eragile batzuekin

Arlo horietako bakoitzean, kasuan-kasuan behar den eran, zeregin hauek ditu Institutuak:

- Eragileen mugikortasuna eta kultura-birak sustatzen ditu, bidaia-poltsen eta diru-laguntzen bidez.
- Azoka eta jaialdi nagusietan euskal kulturak lekua izango duela ziurtatzen du.
- Euskal kultura ezagutzera emateko katalogoak beste hizkuntza batzuetan argitaratzen ditu.
- Jarduera espezifikoak egiten ditu euskal kultura atzerrian sustatzeko.

Etxepare Institutuak kanpo irudia eraikitzen laguntzen du; hala, artistak eta kulturaren arloko profesionalak eta haien obrak eta produktuak nazioartean zabaltzen jarduteaz gain, atzerriko kultura-eragileekin lankidetzak-ekimenak ere bultzatzen ditu, nagusiki, unibertsitateekin eta bestelako kultura-institutuekin. Halaber, Etxepare Institutuaren bitartez, lekua ematen zaio atzerriko euskal komunitateari —inplikazio-maila handikoa berau—; horren adibide dira, esate baterako, sare akademikoko irakurleak, irakaskuntzan jarduteaz gain beste hainbat ekintza ere antolatzen baitituzte.

Izan ere, jadanik azpimarratu denez, hizkuntza funtsezko elementua da nazioartekotzeko, eta, Euskadiren kasuan, Etxepare Institutua hizkuntza nazioartekotzeko eragile nagusia da. Hala, 18 herrialdetako 34 unibertsitatetan dago, eta Euskarako eta Euskal Kulturako ia 2.000 ikasle izan zituen 2015-2016 ikasturtean.

3.2.2. SPRI eta Enpresak Nazioartekotzeko 2017-2020 Plana

Edukien ikuspegian Etxepare Institutua nabarmentzen bada ere, aipatzekoak dira, halaber, beste bi elementu interesgarri: Eusko Jaurlaritzaren enpresa-garapenerako SPRI agentziak Basque Trade and Investment/Euskadiko Nazioartekotze Agentziaren bulegoen kanpo-sarearen bitartez egiten duen lana, eta Enpresak Nazioartekotzeko 2017-2020 Plana, esportazioetan oinarritutako merkatu-ikuspegia garatzen duena.

Enpresak Nazioartekotzeko Plana Enplegurako eta Ekonomia Berpizteko Esparru Programaren parte da, eta hiru plan jasotzen ditu:

- 2017-2020 aldirako Ekintzailatza Plana
- 2017-2020 aldirako Industrializazio Plana
- Zientzia, Teknologia eta Berrikuntza Plana 2020

Planean zertzen da atzerrian ezartzeko eta salerosketan aritzeko asmoa duten enpresa guztien lider eta babesle izateko apustu publikoa. Enpresak nazioartekotzeko garrantzia, planaren arabera, esportazioen pisuan datza, krisiaren aurreko jarduerak ekonomikoaren mailara itzultzeko funtsezko elementua delako.

Nazioartekotzeko planak aitortzen du enpresek balio handia dutela Euskadi Basque Country markaren enbaxadore gisa. Eragile pribatuek tokian bertan betetzen duten lana aitortzen du, bai eta ekintza guztiak, publikoak zein pribatuak, estrategia berean txertatzeko beharra ere, elkarren artean koherenteak izan daitezen.

Norabide horretan egin da Euskadiko Nazioartekotze Erakundea sortzeko proposamena, antolakuntza-esparru integratuago bat eraiki dezan, ekimen-gaitasun handiagokoa, hurbilagoa eta malguagoa. Ekonomiaren Garapen eta Azpiegitura Sailaren mende egongo da (Nazioartekotzeko Plana bera ere sail horren mende dago), eta bere gain hartuko du plana ezartzeko ardura, horretarako beharrezkoak diren harremanak ezarrita Eusko Jaurlaritzaren beste sail batzuekin.

Planak genero-ikuspegia du, eta edozein enpresari laguntzera bideratuta dago. Nolanahi ere, lehentasunak ezarriko ditu sektoreen artean, eta jarduerak zehatzak eratuko ditu enpresa-arlo bakoitzerako egoki diren zerbitzuak emateko; hartara, kultura- eta sormen-sektorearen posizioa sendoagoa izan daiteke esparru horretan.

3.2.3. 2018-2020 aldirako Kanpo Harremanetarako Plana

Azaldu ditugun kontzeptuak kontuan hartuta, 2018-2020 aldirako Kanpo Harremanetarako Plana⁵ ere nabarmendu behar da. Eusko Jaurlaritzaren Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusiak garatu du, eta BCE 2020 estrategiaren barruko nazioartekotze sektore-planen parte da. Kanpo-ekintzaren xedea da:

⁵ Dokumentua hemen kontsultatu daiteke: http://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/accion_exterior_hemeroteca/eu_def/adjuntos/2018-2020-kanpo-harremanetarako-plana-eu.pdf (azken kontsulta: 2018-06-13)

«Euskadi eragile global moduan kokatu nahi da, Europaren proiektuaren eraikuntzan espazio berekia duela, Herrialde kohesionatu, erakargarri eta lehiakorra, bere bakantasunagatik, giza garapen iraunkorraren maila handiagatik aitortua, solidarioa, munduari irekia eta atzerriko euskal komunitatearekin estu konektatua».

Planak eta idazkaritzak nazioartean herrialdearen gaineko irudi zehatz bat proiektatzea dute zeregin, baita nazioarteko erakundeetan edo sareetan parte hartzea ere —bereziki, Europar Batasunaren (EB) esparruan—, bi aldeko edo alde anitzeko harremanak ezarri besterik erakunde batzuekin. Nazioartean eta, zehazki, EBren esparruan posizionatzeaz gain, funtsezkoa da atzerriko euskal komunitatea sustatzea (ia 200 euskal etxek osatua) eta plana premiazko tresnatzat jotzea munduan barrena euskal balioak hedatzeko.

Nabarmendu denez, estatuen kanpo-ekintzaren oinarrian izan da kultura, eta harekin batera garatu da kultura-diplomaziaren kontzeptua, batetik nazioartean ospe-irudi bat proiektatzeko eta aintzatespena jasotzeko, eta, horrekin batera, bestetik, atzerrian era sotilagoan eragiteko. Hala, nazioarteko harremanak kudeatzeko eta herrialdearen proiektzioa egiteko tresna gisa erabiltzen da kultura, gobernuek eskura dituzten baliabideen arteko beste bat izanik.

3.2.4. Nazioartekotzeari loturiko beste erakunde batzuk

Lurralde-mailan, nazioartekotze-ekintzak egiten edo sustatzen dituzten beste erakunde batzuk ere nabarmendu behar dira. Bereziki, lurraldeetako aldundiez eta hiriburu-udalez ari gara. Erakunde horiek BCE 2020 estrategiaren ardatzean ez badaude ere, proiektzio- eta nazioartekotze-asmoa dute, eta horretara bideratutako ekintzak gauzatzen dituzte.

Bereziki nabaria da Basque Consortium lankidetzaren plataformaren ekimena, 2013an sortua. Interesgarria da lurralde-eragileak eta Eusko Jaurlaritza dituelako kide, eta nazioartekotze-helburuak eta -ekintzak koordinatzeko mekanismo bat ezarri

duelako. Zehazki, Eusko Jaurlaritza, foru-aldundiek eta EAEko merkataritza-ganberak osatzen dute. Lurralde bakoitzean, erakunde publikoek (governua eta aldundiak) eta pribatuek (merkataritza-ganberak) parte hartzen dute, eta enpresentzako programa- eta zerbitzu-esparru bateratua eskaintzen dute. Eusko Jaurlaritza bertan parte hartzen duenez, konexio-ildo estrategikoa du BCE 2020 esparruarekin.

Gidan daude jasota bai gobernuak bai gainerako eragileek eskaintzen dituzten zerbitzu global eta indibidualizatuen multzoa, negozio-aukerak identifikatzeko, merkataritzaren eta kanpo-merkatuaren analisia eta informazioa eskuratzeko, nazioartekotze-faseetan laguntza nahiz aholkularitza emateko eta lege- eta prestakuntza-esparruak ezagutzen laguntzeko. Gainera, nazioartekotze-beken prestakuntza-programa bat (BEINT) eta kanpo-merkataritzarako ikastaroak ere biltzen ditu. Gidak ikuspegi orokorra badu ere, kultura- eta sormen-sektoreak tokia du bertan, enpresa bakoitzarentzako indibidualizatutako zerbitzuak eta ETEentzako ekintzak daudelako —horiexek osatzen dute sektorearen produkzio-egituraren zatirik handiena—.

Bestalde, lurraldeetako hiriburuak nazioartekotze-ekintzak egiten dituzte, batez ere atzerrian leku bat emango dien irudi bat eratzeko xedez. Hainbat kasutan, ordea, esportatzeko xedeari jarraitu beharrean, arreta erakartzea bilatzen dute. Hala, hiriburuak kontuan hartu behar dira, atzerrian herrialdearen gaineko irudia nazioartekotzeko eragile aktibo diren aldetik; izan ere, beren lurraldean errotutako enpresak nazioartekotzen lagundu eta tokiko ekonomiaren garapena ere bultzatzen dute.

Atzerrian irudi jakin baten arabera posizionatzeko, Bilbok zenbait ekintza egin ditu berriki Amerikako Estatu Batuetan hiri-garapenaren arloan, Bilboko zein AEBtako erakunde publikoen eta pribatuen arteko elkarlanari esker (Build foria, Detroit). Erakartzeko ekimenen ikuspegitik, Made in San Sebastián gidaliburua aipatu behar da. Bertan, modaren eta diseinuaren sormen-sektorea nabarmentzen da bereziki. Halaber, Gasteiz helmuga turistiko gisa sustatzeko jarduketaren plana aipatu behar da. Horiek adierazten dutenez, turismoarekin eta kulturarekin lotutako dimentsio ekonomikoa berezitasun- eta erakargarritasun-elementua da. Kasu guztietan, ekonomiarekin lotutako programa orokorrak nabarmentzen dira, enpresei eta ekintzaileei begira egindakoak. Testuinguru horretan, aipagarria da Donostian

kokatutako programen ugaritasuna; hor dira, besteak beste, GLOBAL TRAINING gobernu-programaren barruan kudeatutako eta sustatutako gazteentzako nazioartekotze-bekak, nazioarteko merkataritza-misioak eta talentua erakartzeko estrategia propioa.

Azkenik, gogorarazi behar da EAEko enpresek beste baliabide handi bat dutela: ICEX España Exportación e Inversiones erakunde publikoa, hain zuzen, nahiz eta erakunde hori ez dagoen lerrokatuta BCE 2020 estrategiarekin, bere eragileekin eta enpresak nazioartekotzeko planarekin.

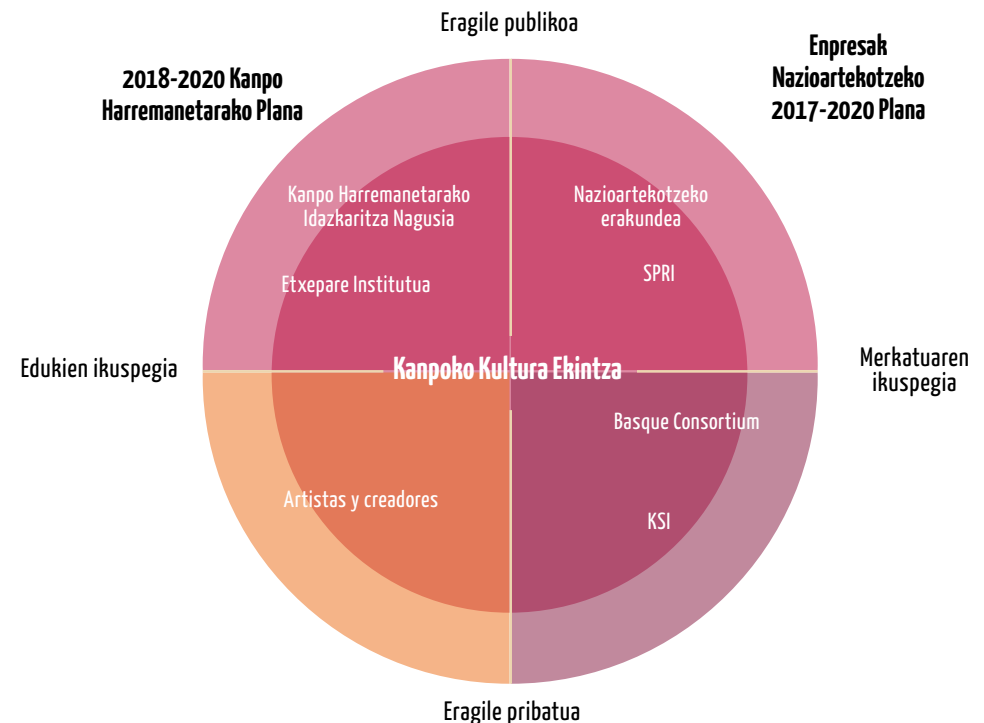
3.3 Mapa orokorra

Euskadi nazioartekotzeko prozesuan, atzerriko kultura-eremuan pizgarri izan daitezkeen elementu nagusiak detektatu dira:

- Edukiaren ikuspegitik, Etxepare Institutua dago, Kultura Sailak bultzatua. Hala, herrialdearen nazioarteko proiektzioan lan egiten du, talentua eta kultura-bikaintasuna bultzatuz eta euskara eta euskal kultura hedatuz.
- Merkatuaren ikuspegitik, enpresak nazioartekotzeko plana eta eragile multzo bat daude; hein handi batean Ekonomiaren Garapen eta Azpiegitura Sailaren gidaritzapean dihardute, eta esportaziorako bokazio ekonomikoa besterik ez dute.
- Azkenik, Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia dago, zeinaren lehentasunen artean nazioartean posizionatzea eta atzerrian herrialdearen gaineko irudi jakin bat zabaltzea dauden. Hala ere, berez nazioarteko harremanetara eta diplomazia publikora bideratutako ikuspegia du.

Mapa orokor hori —eragileek eta erakundeek elkarrekin bat egiten jarduleen mapa— egon badagoen arren, azken plangintzetan argi ikusten denez, ekinbide bateratua lortu nahi da BCE 2020 strategiaren bitartez. BCE 2020 eragile eta jarduketa guztien esparru erreferentea da.

BCE 2020 estrategia



Hala ere, elementu horiek atzerriko kultura-eremuan zer pisu duten ongi ulertzeko, azpimarratu behar da BCE 2020 strategiaren gobernamentu-ereduaren arabera Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusiak zuzendu behar dituela strategiaren hedapena eta koordinazioa, eta horretara bideratuko ditu Kanpo Harremanetarako Sailarteko Batzordea (estrategia Eusko Jaurlaritzaren barruan txertatzeko), Kanpo Harremanetarako Erakunde Arteko Batzordea (EAEko beste erakunde batzuetan txertatzeko) eta Kanpo Harremanetarako Aholku Batzordea (EAEko gizartearen parte-hartzea bermatzeko).

4_Antolamendua eta tresnak

Nagusiki, antolamenduaren eta tresnen esparruetan sortzen dira erronka nagusiak: Nola antolatu nazioartekotze-politikak? Nola lagundu?

Honako lauki honek kapituluaren egitura azaltzen du.

Antolamendua	Plangintza eta buruzagitza publikoa	
	Kultura-institutuen rola	Ramon Llull institutuaren kasua
	Eragileen koordinazioa	
Tresnak	Atzerriko sustapena	Talentua eta bikaintasuna
		Harremanetarako espazio fisikoak (sailak, <i>coworking</i> ...)
		Harremanetarako espazio birtualak (sareak eta klusterrak)
	Baliabide ekonomikoak eta finantzaketa	
	Baliabideen eskuragarritasuna eta merkatuetarako sarbidea	Prestakuntza eta informazioa
		Aholkularitza

4.1_Antolamendua

- Analisiaren oinarritzko alderdietako bat nazioartekotzea antolatzeke moduarekin dago lotuta. Aipatu denez, eragile ugari daude, eta hainbat eremutan aritzen dira nork bere ikuspegiarekin, eta ez dute beti aurrekontu-laguntza berdina jasotzen:
- Kultura-sailek arreta berezia ematen diote kultura-sektorea sustatzeari, eta, horregatik, sektorea nazioartekotzearen alde egiten dute.
 - Eremu berean, kulturaren institutuek funtsezko papera betetzen dute hizkuntzaren eta eduki artistiko eta kulturalen bidez atzerrian herrialdearen gaineko irudia sortzeko.
 - Beste eremu batetik, Estatuak kanpo-gaietako diplomazia-sare handia dute, eta diplomazialari horiek nazioarteko harremanak estutu eta atzerrian herrialdearen gaineko irudia sortzeko ekintzak gauzatzen dituzte atzerrian. Horretarako, kultura erabiltzen dute.

- Gainera, azken hamarkadetan ekonomia gero eta gehiago globalizatu da eta gero eta presentzia handiagoa lortu dute eragile pribatu nazionalak atzerrian, baita horiek nazioartekotzen laguntzeko sailek ere, ingurune globalizatuak eragiten dituen erronka ugari berrien aurrean hazkundera dinamizatzeko.
- Azkenik, teknologia berrien ondoriozko harreman-aukeren hazkundera dela eta, administrazio publikoak ez ezik, sozietate zibila ere eragile garrantzitsua da.

Hainbeste eragile eta ikuspegi egotea erronka bat da, eta horri aurre egiteko ulertu behar dugu errealitatea konplexua eta saihetsezina dela, eta, hortaz, ekinbidea bateratua izateko antolamendu motak bilatu behar direla, norbere ekintza-esparruei eusteko, uniformizazioa baztertu eta integrazioa eta lankidetzatza bultzatuta, baina baita helburu partekatuetarako topaguneak eskainita ere.

Atzerriko kultura-eremuari dagokionez, lidergo publikoak ahalmena du ikuspegi globaleko plangintza bat egiteko. Gainera, kultura-institutuak edukien ikuspegitik nabarmentzen dira; eragileak, oster, merkatuaren ikuspegitik; ezinbestekoa da, beraz, gogoeta egitea koordinazio-premiari buruz.

Plangintza eta lidergo publikoa

Administrazio publikoak legeak egiteko eta baliabideak bere interesen arabera kudeatzeko ahalmena du. Nazioartekotzea garatzeko ahalegin ekonomikoa egitea arlo horretan lidergoa izateko modu argia da, baina ez da bakarra, eta, gainera, emaitzarik onenak ere ez ditu horrek ematen.

Lidergo publikoa plangintza bateratuaren bidez lortzen da, askotariko eragileak helburu berberetara bilduz eta helburu berberak erdiesteko sortzen diren ikuspegi desberdinen garrantzia orekatuz.

Espainiako Estatuaren kasuan, adibidez, adierazi denez, historikoki ez da lidergorik egon; eta, horregatik, garapen historikoak ez du ez helburu ez bide partekaturik izan. Duela gutxi, aldaketak egin dira legedian, arazo horiek konpontzen ahalegintzeko. Horretarako, eskumenak mugatu dira, eta koordinazioa arautu da. Helburu nazional estrategikoak markatu behar dira atzerrian, ekintza guztien aterpe izan daitezen.

Esparru estrategikoak

Esparru estrategikoak herrialdearen identitatearen proiektioarekin lotuta daude ikuspegi diplomatikotik; hau da, kanpo irudia marka bat da, lurraldearen brandinga. Filosofia horren barruan, kultura funtsezkoa da kanpo irudiaren bereizgarri izan dadin eta horrek eragin politikoari zein erakarmen eta proiektio ekonomikoari bide eman diezaien. Ekimen horiek ez dituzte soilik estatuek egiten. Hor dira, halaber, Flandriako, Quebeceko, Irlandako eta Kataluniako kasuak.

Kultura-instituten rola

Kultura-institutu nazionalak aztertuta, ikusi dugu oro har bi ildo argik finkatzen dutela beren ibilbidea:

1. Norberaren hizkuntza atzerrian irakastea.
2. Sorkuntza nazioartekotzea, talentu artistikoan eta sormen-nukleo nagusiaren arloetako bikaintasunean oinarrituta; bereziki, literaturan, arte bisualetan, ikus-entzunezko arteetan (zinema), arte eszenikoetan eta musikan.

Horra helduta, interesgarria da Ramon Llull institutuaren ekimenaz aritzea. Eskaintzen duen programan, artistak atzerriera eraman ordez, atzerriko kulturetako profesionalak erakartzen ditu, Kataluniako talentua eta obrak ezagut ditzaten (**editoreen xedea**).

Ettxepare eta Ramon Llull kultura-institutuak, funtsean, nazioarteko proiektoria eta ikusgarritasunera bideratuta badaude ere, estatuak eta Europar Batasunak «botere bigunaren» atzerriko kultura-ekintzako eragile gisa erabiltzen dituzte kultura-institutuak. Herrialdearen isla dira atzerrian, eta interes nazionalen lagungarri dira (edo Europar Batasunaren interesena, **EUNIC sarearen** kasuan).

Bi jarduera azpimarratu daitezke:

1. Atzerriko lan-esparruetako potentzialtasun edo interes propio batean oinarritutako espezializazioa; adibidez, hizkuntza, Frantziaren eta Alemaniaren kasuan; hezkuntza eta *mutuality*, Britainia Handiaren kasuan; edo kultura-aniztasuna, Kanadaren kasuan.
2. Irekiera apala sormen-sektoreetara, ez bakarrik kulturaletara, bai, halaber, arkitekturara, gastronomiara, modara... «Apala» diogu, aintzat hartuta batzuetan ez dagoela horiek babesteko programarik, institutuek haien publizitatea egiten badute ere kultura-arlo nazional nagusiak balira bezala.

Kultura-institutuen oinarrian dagoen edukien ikuspegiaren arabera atzerriko kultura-ekintzak arteen eta ondarearen nukleo kulturalako produktu kultural ez-industrializatuak baliatu izan ditu.

Ettxepare Institutuak berak, euskal kulturako esparru garrantzitsutzat jotzen du **gastronomia**, Euskadin potentzial handiko sormen-sektorea denez. Hala ere, Institutuaren memorian ez da hura nazioartekotzeko ekintzarik ageri. Gauza bera esan liteke Alemaniako Goethe Institutuaz: web-orrian **modaren** sektorea sartzen du kulturaren atalean, institutuak sektore horrekin lotutako zerbitzu zehatzik ematen ez badu ere.

Interesgarria da British Councilen **hezkuntzaren, zientziaren eta teknologiaren sustapena** nabarmentzen duela haren lehentasunezko ekintza-ardatzen artean.

Unibertsitateekin lankidetzan jardutea (katedrak eta ikerketa- zentroak)

Aurrez aipatu denez, atzerri-sustapeneko ildo ohikoa hizkuntza irakastea eta kultura erakustea izan da. Horretarako, hizkuntza- eta kultura-katedrak finantzatzen dira atzerriko unibertsitateetan, hitzarmenen eta egile famatuen eta jarduera- edo ikerketa-ildo espezifikoaren bidez. Horrekin lotuta, atzerriko irakasleen antolamendua suspertzen da, hizkuntzaren irakaskuntza Europako esparru bateratua egokitu etab.

Ramon Llull institutuaren kasua

Ramon Llull institutuaren kasua interesgarria da, euskarak, katalanak bezala, egoera desberdinak bizi dituelako lurralde administratiboaren arabera. Gainera, antzeko interesetatik eta beharretatik abiatuta, Katalunia eta EAE dira kultura-eskumenak gehien garatu dituzten autonomia-erkidegoak.

Ramon Llull institutua Kataluniako Generalitateko erakunde bat da. Gobernu-organoei dagokienez, hark du presidentetza, eta Balear Uharteetako presidentearantzako da lehen presidenteordeetza. Bestalde, Institutuak berak eta Andorrako Gobernuak osatutako **Fundació Ramon Llull** fundazioari esker (Andorrako Gobernuako presidentea da Fundazioko patronatuaren buru), eskuz esku dihardute elkarrekin lanean, eta, horiekin batera, beste hauek ere parte hartzen dute: Ekialdeko Pirinioetako Departamentuko Kontseilua (Frantziaren mende), l'Alguer hiria, Ramon Llull Valentziako Hirien Sarea eta Ramon Llull instituturako Balear Uharteetako udalerrien eta erakundearen Sarea. Horrela, Ramon Llull fundazioaren eta Ramon Llull institutuaren artean katalanez hitz egiten den lurralde osoa besarkatzen dute, bi eragile paralelo eta integraturen laguntzarekin. Institutua da katalana nazioartekotzeko eragile nagusia, baina askoz ekosistema zabalagoa du, lurralde-hedadura handiagokoa.

Gainera, beste erakunde garrantzitsu eta boteretsu batzuk ere hartzen ditu barnean; hala, esaterako, Bartzelonako Udalak leku esanguratsua du, Institutuaren lehendakariordeetza eta zuzendaritza-batzordeko zenbait kide bereak baitira.

Institutuaren aurrekontuetan ere islatzen da haren egituraketa: Balear Uharteetako Gobernuaren eta Bartzelonako Udalaren ekarpen txikiez gain, Kataluniako Generalitatearen Kultura Sailaren partida batekin finantzatzen da nagusiki Ramon Llull institutua (2016ko aurrekontuaren % 75). Bigarren ekarpen handiena Ekonomia eta Ezagutza Sailak egiten du (% 19), eta, hirugarrena, Presidentetza Sailak (% 2).

Eragileen koordinazioa

Merkatuaren ikuspegiaren kasuan, kulturaren arloak alderdi ekonomikoan duen konplexutasuna kontuan hartuta, plangintza egitera eta baliabideak sortzera bideratzen da ahalegin nagusia, eta, horretarako, nazioartekotzeko programak baliatzen dira, zeinetan agentziek, plataformek edo sektoreari laguntzeko fundazioek parte hartzen baitute. KSlen inguruan, Europar Batasunaren⁶ txosten batek lau estrategia publiko nabarmentzen ditu dimentsio horretan:

1. Berariaz KSlak esportatzera bideratutako estrategia erabiltzen duten herrialdeak.
2. Kulturen funtsatutako nazioartekotze-estrategia duten herrialdeak.
3. Esportazio-estrategia orokorrak –KSlak barne– dituzten herrialdeak.
4. KSlak esportatzeko estrategiarik gabeko herrialdeak, planei sektore-ikuspegia eman eta KSlen esportazioari laguntzeko hainbat tresna dituztenak.

KSletarako ikuspegi espezifikoak, nagusiki, sektore jakin batzuen gainean egoten dira; esaterako, Flandrian. *Flanders Investment & Trade* agentziak lehentasuna ematen die zenbait sektoreri —nagusiki ikus-entzunezkoei eta softwarea/bideo-jokoei—, **politika espezifiko** bat ezarrita edo **Creative media in Flanders** programa zabala egituratuta. Hala, bateratu egiten dira sormen-sektoreari ematen zaien arreta orokorra eta sektore estrategikoei ematen zaien arreta berezia, eta aukera

ematen da proiektuak sendotzeko. Lehentasunak finkatzeko, kultura- eta sormen-sektorearen (eta beste espezifikoago batzuen) egoerari buruzko position papersak idazten dira eta jarduketa-gomendioak egin ere bai, oinarritzko sustapen-tresnak baitira bi-biak, **Creative Industries in Flanders**-ek erakusten duen moduan.

Galesko Gobernuaren estrategia ere azpimarratu behar da, beste zenbait ekimenen artean, sormen-industrien sektorean ospea eta negozioetan eskarmentua duten bost adituz osatutako talde bat sortu baitu. Horren eginkizuna, arloa ezezaguna eta konplexua izanik, ministroei eta zuzendaritzei aholku ematea da, aukera eta beharrak hautemateko eta politika modu egokienean garatu eta ezartzeko. Horrez gain, laguntza eskatzen duten enpresei laguntza ematen die: finantzaketa-arloa, aholkularitza —nazioarteko kontseilarien talde handi baten eskutik— eta kanpo misioak.

Esaterako, musikan eta ikus-entzunezkoan, komunikabideek administrazio publikoekin batera atzerrirako sustatzen dituzten proposamenak nabarmentzen dira. Sektore horietan lankidetzak historia luzeagoa du, eta industria egituratua dauka banaketan eta jendaurreko emanaldietan; horren adibide da, esaterako, **Eiken**, Euskadiko ikus-entzunezkoen klusterra. Kanadan, adibidez, musikaren industria elkarlanean aritzen da **FACTOR** programarekin (publiko-pribatua). Programa hori musika-talentua sortzera eta sendotzera bideratzen da, nazioartekotzea baliatuta, eta zati batean Department of Canadian Heritage (PCH) erakundeak eta irratidifusioko erakunde pribatuek finantzatzen dute. Formula horren oinarrian sorkuntza eta produkzioa sustatzea dago, kontuan hartuta interesa duten banatzaileak eta programatzaile/erakusleak daudela. Hala, interes publikoen eta pribatuen bat-egite horrek egituratzen du aipatutako formula. Interesen bat-etortze horietan sakondu behar da, eragile pribatuekin egitasmo bateratuak gauzatzeko, kulturaren balio-kateko sektore eta eragile jakin batzuk lagunduta. Kontuan hartzeko moduko estrategia da, baiki.

Eragileen aniztasuna kontuan hartuta, administrazio publiko bereko eragile desberdinak antolatzeko moduari erreparatzea ere interesgarria da. Holandan, adibidez, Kultura Industriak Nazioartekotzeko Programa **Creative Industries Fund NL**

⁶ Dokumentua hemen kontsultatu daiteke: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/support-strategies_en.pdf (azken kontsulta: 2018-06-13)

erakunde publikoaren babesean garatzen da, eta erakunde horren komisariotza Hezkuntza, Kultura eta Zientziako eta Kanpo Gaietarako ministerioen esku dago. Programaren barruan, ministerioek ekarpenak egiten dituzte beren izaeraren eta sarean duten posizioaren arabera: Lan eta Ekonomia Ministerioak laguntza ematen die merkataritza-azoken ekimenen barneko esportazioei; Kanpo Gaietarako Ministerioak ez du laguntza ekonomikorik ematen, baina enbaxaden eta kontsulatuaren sarea jartzen du haien esku eta kontaktuak eskaintzen dizkie KSiko ekimenei, bisitak antolatzeko.

Sektoreari laguntzeko fundazioak eta plataformak egituratzea estrategia arrunta da. Horiek ez dute zertan dimentsio anitzeko tentsiorik jasan (kultura, kanpo-ekintza, garapen ekonomikoa...). Aitzitik, programa partekatuak sortzeaz arduratu behar dute, non eragile bakoitzak —kasu honetan, ministerio bakoitzak— bere izaeraren eta izateko arrazoiaren arabera baliabideak eskainiko baititu. Programa/helburu berean integratzea, egitura desegin eta eragileen arrazoez bestelakoengatik jardun behar izan gabe, lagungarria gerta daiteke koordinazio-lana eta elkarlana norabide berera zuzentzeko.

Sailarteko planak	Atzerriko kultura-eremuak beste antolamendu forma batzuk behar ditu. Herrialdearen gaineko irudiaren eraikuntzak gero eta garrantzi handiagoa du herrialde baten barne-helburuetan, eta, ondorioz, eragileak zeharkako izaerako atzerri-logikaren arabera antolatzen dira, mugapen administratibo zorrotzez gaindi. Holandako <i>Creative Industries Fund NL</i> programak laguntza-jarduerak gauzatzen ditu nazioartekotzeko eta lankidetzarako agentziaren bitartez, hala nola diseinuaren, modaren eta arkitekturaren sektoreei berariaz laguntzeko jarduketak eta herrialdearen kanpo irudia sormen-industriaren bitartez eraikitzeko jarduketak. Horretarako, 2,5 milioi euroko aurrekontua du. Ildo horretako beste adibide bat <i>Finnish Cultural Export Promotion</i> programa da, Kultura, Enplegu eta Ekonomia eta Kanpo Gaietarako ministerioen ardurapean garatua.
Erakundearteko plataformak	Lurralde-maila desberdinetako erakunde publiko eta pribatu askok lan egiten dute atzerriko kultura-eremuan edo horren sustapenean. Horiek guztiak integratzea ezinbestekoa da, tartean bai baitaude udalak, aldundiak, merkataritza-ganberak, enpresa-elkarteak etab. FACTOR - Kanadako irabazi-asmorik gabeko fundazioak musikaren industria bultzatzen du, <i>Department of Canadian Heritage</i> erakundearen eta Kanadako irrti-difusioko komunikabideen finantzaketaren bidez.

4.2 Tresnak

Herrialdearen kanpo irudia sortzera bideratutako hizkuntza eta edukiak nazioartekotzeko tresnak garatuago daude eta egitura sendoagoak dituzte kultura-sektorearen esportazioetarako laguntzak eta nazioarteko kultura-merkatuen garapenak baino. Aurrez ere azaldu denez, edukiaren ikuspegitik, bi proiektzio-estrategia argi daude (bata, hizkuntzan oinarritua, eta bestea, bikaintasun artistikoan), eta bi-biek ongi errotutako eragile bat dute: kultura-institutu nazionalak.

Kulturaren eta sormenaren sektorea bere ahalmen ekonomikoarengatik eta sozialarengatik nabarmentzea oso fenomeno berria da oraindik. Izan ere, sektore horrek ez du inolako zerikusirik manufaktura-industria tradizionalarekin, eta, horregatik, zaila izaten da hura estrategia orokorretan txertatzea.

Kulturaren eta sormenaren sektorerako tresnak ezinbestean izan behar dira ohiz kanpokoak, sektorearen ezaugarrietara egokituak. Horregatik, lehen gogoetak sektoreko errealitatea gertutik ezagutzeko datuak lortzearekin zerikusia du. Historia luzeko estatistika estandarizaturik ez badago ere, txosten espezializatuek nabarmentzen dutenez, enpresa txiki eta ertain zein mikropresa anitz daude sormen-sektorearen muinean, eta enpresen tamaina handiagoa da balio-katean banaketara eta merkaturatzera hurbildu ahal. Hala, sortzaileen eta banatzaile handien arteko bitartekaritza egiturazko ezaugarri ezinbestekoa da, eta arazo-iturri ere bai, sektorearen garapenerako.

Beste ikuspegi batetik, kulturaren eta sormenaren sektorearen ezaugarriak direla eta —alegia, kontuan hartuta haren barruan sormen-nukleo bat dagoela eta horrekin batera elkarri lotutako sormen-industria funtzionalak ere badirela—, beharrezkoa da elkarrekin uztartzea askotariko politikak eta eragileak: bai edukiaren ikuspegia dutenak, bai merkatuaren arabera ikuspegia dutenak, izan kulturako sail edo ministerioetatik datozenak, izan ekonomiako sail edo ministerioetatik datozenak.

*Good Practice Report On The Cultural And Creative Sectors' Export And Internationalisation Support Strategies*⁷ txostenak laguntza-tresnen arloan erronka diren beste ezaugarri batzuk aipatzen ditu:

- Ondasun ukiezina izanik, zaila izaten da esportazioa sustatzeko finantzaketa eskuratzea.
- Ez da argi ikusten zer merkatutara esportatu daitekeen ondasun hori ezta nazioarteko joerak zein diren ere (kontsumitzaileen, banatzaileen eta abarren lehentasunak).
- Administrazio publikoak ez ditu eskaintzen esportazioa sustatzeko neurri egoki eta koordinatuak, dimentsio nazionala baizik ez baitu hartzen gogoan.
- Modu indibidualean eta isolatuan lan egiten da, egituraketa falta baita kulturaren eta sormenaren sektorean eta haren azpisektoreetan.
- Sektorearen prestakuntza-programek ez diete behar adina garrantzirik ematen esportazioari eta nazioartekotzeari.
- Ez da ezagutzen sektoreak beste sektore batzuei eman diezaiekeen balioa.
- Merkatuak zatikatzen dituzten hizkuntza-hesiak daude.

Jarraian, jarduketa-eremu garrantzitsuenak aipatuko dira, eta sektorearen berezitasunei aurre egiteko behar diren orientabideei buruzko hausnarketa egingo da.

Atzerriari begirako sustapena

Talentua eta bikaintasuna

Talentuak eta bikaintasunak bereizgarri gisa jokatzeko dute; hala, bada, horiexek baliatu behar dira aurkezpen- eta desberdintze-elementu modura. Norberaren kultura da elementu bereizlea.

Mugikortasuna sustatzeko eta talentua erakartzeko programak formula ohikoak dira. Horren harira, artista gazteen eta kulturako profesionalen mugikortasuna (egonaldietan, jaialdietan, zuzeneko biretan, erakusketetan edo nazioarteko literatura-ekitaldietan) funtsezkoa da sektorea indartzeko, gaitasunak hobetzen dituelako eta esperientziak, motibazioak eta aukerak garatzeko aukera ematen duelako.

Alabaina, oztopo handiak daude talentua mugikortasunaren bidez garatzeko, ez baitago kultura-sektorearen errealitatera egokitutako araudirik (bisen gaineko gorabeherak, araubide fiskal eta soziala, informazioa ezagutzeko eta eskuratzeko zailtasunak eta bestelako alderdi legalak). Nolanahi ere, jorratzen hasita dago eremu hori (Europako Kultur Agendaren parte den adituen talde batek dihardu horretan, eta estatu hideek ere bai, barne-merkatuen zerbitzuei buruzko 2006/123/EE Zuzentarauaren bidez), egoera konpondu beharra baitago.

Atzerriko egonaldiak	Atzerriko eragileekin elkarlanean, atzerriko egonaldiak oso aukera ohikoak dira trukeerako. Atzerriko egonaldien bidez, atzerriara irteten dira artistak, beren jarduerak profesionala gara dezaten (aurkeztu beharreko proiektu, produktu edo obra bat sarritan), laguntza ekonomikoa edo gauzazko laguntza emanda.
Eragileentzako eta jarduerentzako diru-laguntzak	Diru-laguntzak oinarritzko tresnak dira, bai eragileak bai jarduerak espezifiko batzuk mundu zabalera irteten daitezkeen. Nazioartekotzeko diru-laguntzak ematen zaizkie itzultzaileei, obrak hizkuntza propioan hedatzeko aukera egon dadin, baita artistei eta kulturaren profesionalen, biretara, azoketara eta jaialdietara joan daitezkeen. Deialdi horien irizpide nagusiak dira produktuen interes kulturala eta artistikoa eta lehia-prozedura, aldiro aldiro kanpo-adituz osatutako balorazio-batzorde batek proiektuak hautatuta. Deialdi horietan oinarrituta, zenbait interes sendotu daitezke, baina, normalean, deialdion bidez artista eta produktu ezagunak saritzen dira; sorkuntza berria sustatzeko, egonaldiak, sariak, lehiaketak eta bekak antolatzen dira atzerrian.
Azoketan eta jaialdietan egotea	Nazioarteko azoketan eta jaialdietan egoteak ikusgarritasuna ematen dio herrialdeari, haren ordezkari diren artisten, kulturako profesionalen edo produktu jakin batzuen bitartez. Hautaketa estrategikoa da, ahalmenen arabera. Halaber, azokak eta jaialdiak indartu daitezke, elementu erakargarriak izaten diren heinean; gainera, askotariko arte-diziplinak aintzat hartzen dituzte; horren adibide dira Kultura-Enpresen Kataluniako Institutuak (ICEC) antolatutako azoka estrategikoa (tartean, FiraTàrraga, Vic-eko Mercat de Música Viva etab.). Horretarako, jada finkatutako ekitaldiak eta atzerrian proiektzioa izan dezaketen eta erakargarri suerta daitezkeen ekitaldiak baliatu daitezke.

Nazioarteko merkataritza-misioak	Oso ekimen antzekoak badira ere, azoketan eta jaialdietan egoteak askoz izaera selektiboa du, edukien eta sormenaren ikuspegitik; nazioarteko merkataritza-misioek, ordea, bokazio ekonomiko argia dute. Galesko Gobernuaren programan, esaterako, atzerrirako bidaia eta bisitaldiak diruz laguntzen dira, eta sektoreko misio espezifikoak antolatzen dituzte eskualdeko eta estatuko eragileekin elkarlanean. Misio horiek aukera ona dira partnerrak egiteko; beraz, harreman horiek garatzeko aholkularitza ere funtsezkoa da.
Nazioarteko gonbidatuak	Atzerriko promozioa indartzeko, kanpora joatea bezain eraginkorra gerta daiteke kanpokoak erakartzea. Adibidez, Ramon Llull institutuak nazioarteko editoreen misioa antolatzen du.

Harremanetarako espazio fisikoak

Talentua izateaz gain, esperimentatzeko eta berritzeko, funtsezkoa da horretarako ingurune apropos bat sortzea. Nazioartekotze-arloko neurri bat ez bada ere, haren eraginari buruz hausnartu da, artisten eta proiektuen garapen profesionala bultzatzen baitu; hori, aldez aurreko betekizuna da. Hala edukien ikuspegitik, nola merkatuarenetik, espazio komunak sortzea da ohiko estrategietako bat. Are gehiago, interrelazio estua dago; izan ere, KSlak (merkatuaren ikuspegia) artista gaituz eta/edo kultura-ondareko elementuz osatutako nukleo baten inguruan egituratzen dira.

Diziplina eta sektore ezberdinetako artistentzako eta sortzaileentzako topaguneek, are bitartekarien presentziak ere, esperimentazioa eta berrikuntza bultzatzen dituzte. Hala, lan-espazioak sortzen dira —adibidez, *coworkingak*— edo askoz asmo handiagokoak diren enpresa-klusterrak eta kultura- zein sormen-barrutiak, lagungarri direnak artistak eta kultura- zein sormen-enpresak eremu geografiko berean errotzeko, *hub* edo industria-guneak sortuta. Beren jarduketa-eremua eskualde-mailakoa izan daiteke, Flandrian bezala, sormen-barrutien arabera baitaude antolatuta (**Flanders DC**). Artisten eta KSlen elkarreak sustatzeko estrategia ona da lankidetzari bide ematen dioten elkarre funtzionalak bultzatzea.

Maila txikiagoan, beste estrategia hau ere nabarmentzen da: artistak, sortzaileak, KSlak eta arlo horretako erakundeak ingurune fisiko berean kokatzea, bereziki diseinu-eskoletan, arte-eskoletan, museoetan eta kultura-ekipamenduetan, sustapen-bitarteko diren heinean.

Harremanetarako espazio birtualak

Plataformak eta sareak hedatzea eta horiek bultzatzea funtsezkoa da artistak, profesionalak eta KSlak garatzeko, bai herrialdean bertan, bai nazioartean ere. Sareko beste kide batzuekin nazioartekotze-proiektuetan lankidetzan aritzeko modu bat da, horien helburuak artistikoak eta kulturalak soilik izan, zein ekonomikoak eta merkataritzakoak izan.

Interes espezifikoaren esparruetan sareak detektatzeak eta lurraldeko eragileei sareotan parte hartzen laguntzeak nazioartekotzeari lagunduko dio, eragileak nazioarteko eremuan posizionatuko baititu eta garapenerako aukerak emango baitizkie, asmo handiagokoak izateko aukera emateaz gain.

Nazioarteko sareetan, kultura-erakundeen parte-hartze eraginkorra lortzeko (are haien gobernantzan esku-hartzeko) ezinbestekoa da ingeles-maila handia izatea, baliabide materialak eskura izatea, nazioartekotzeko premia duen erakundearen nazioarteko presentzia plangintza estrategiko baten barnean egotea, eta, erakunde txikien kasuan, profesionalizazio-maila eta antolamendu egokiak izatea.

Nazioarteko sareetan parte hartzera bideratutako estrategiek, beraz, muga horiek zuzendu behar dituzte.

Gainera, kontuan hartu behar da sareetan eta nazioarteko plataformetan parte hartzeaz gain, sektoreko eragileen lurralde-mailako antolaketa bultzatzea funtsezko tresna dela atzerrira irtetea errazteko.

Sareetan, plataformetan eta klusterretan parte hartzea eta horiei laguntzea

Beste merkatu batzuen eta atzerriko eragileen ezagutzarekin, muga horiek gainditu daitezke bezeroak, kontaktuak eta laguntzaileak aurkitzen laguntzen duten nazioarteko sareetan parte hartuta. *European Creative Business Network (ECBN)* sareak, adibidez, atzerriko sarbide izan daitekeen espazio bat eskaintzen du. Sareak, plataformak edo klusterrak nazioarteko ezarpenik gabekoak izan daitezke, baina nazio- edo eskualde-ezarpenetik atzerriera ere begiratu daiteke, Flanders Creative Industries Platform plataformak bezala. Hura 26 erakundez osatuta dago, eta Flanders District of Creativity (**Flanders DC**) erakundeak koordinatzen du.

Baliabide ekonomikoak eta finantzaketa

Finantzaketaren eta baliabide ekonomiko erabilgarrien mende ere badago esportazioa. Edukiaren ikuspegitik —asmo komertzialik gabeko sorkuntza artistikoari eta produktu ez-industrialei dagokienez—, lehia-araubidearen arabera diru-laguntzak dira laguntza-tresna ekonomiko ohikoena; hala, aditu-batzorde batek baloratzen eta hautatzen ditu lehia-aurkeztutako proiektuak.

Merkatu-ikuspegiaren merkataritza-dimentsiotik, bestalde, agerikoa da errealitatera egokitzeko beharra, kontuan hartuta nagusiki ekintzailez, mikroenpresez edo enpresa txiki eta ertainez osatuta dagoela eta funtsezko finantzaketa eskuratzeko oztopoak dituztela. Edukiaren ikuspegitik talentua eta bikaintasuna sustatu behar dira. Ere horretan, ordea, esperimentazioa eta negozioetako berrikuntza sustatu nahi dira sormenaren bidez. Hala, enpresa horien balio immateriala kalkulatzeko zailtasunak daude, eta finantzaketa-iturri egokiei buruzko informaziorik zein enpresa-gaitasunik ez. Kultura- eta sormen-sektorea berez da esperimentatzailea eta berritzailea, I+Gko estandarrez bestelako modu batean, hori bai. Horrenbestez, enpresen balio immateriala ezin daiteke islatu balantzeetan edo inbertsioen justifikazioetan.

Sektorearen aktiborik handiena ukiezina da, eta, gainera, inbertitzaileek eta bankuek, are nazioartekotze-agentziek ere, ezer gutxi dakite KSlen balio eta potentzial ekonomikoaz. Ondorioz, informatzeko zein finantzaketa-mekanismoak

ezartzeko neurriak hartu behar dira: arrisku-kapitala, KSlentzako espezializatutako berme-funtsak edo arrisku partekatuko beste tresna batzuk.

Finantzaketara bideratu da Europaren ahalegin publikoa, KSlak bultzatzeko. Europako Batzordearen **Innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (CCS): good practice report – Study** txostena da horren adibiderik onena.

Elkar bermatzeko sektore-sozietateak (EBS)	Enpresa txiki eta ertainei finantzaketa/kreditua lortzea errazten dieten erakundeak dira. Mutualtasuna behar du funtzionamendu mota horrek; abala eskuratzen duen enpresak (izan abal tekniko edo finantzarioa) kide partaidearen estatusa eskuratzen du. Bazkide babesleek eskaintzen dute abala. Bazkide horiek autonomia-erkidegoak, merkataritza-ganberak, aldundiak, erakunde publikoak (kultura-institutuak, adibidez), enpresa-elkarteak, bankuak eta enpresa pribatuak izan ohi dira. Espainian, CREA SGR sozietatea dago, ikus-entzunezko sektorean eta jokoarenean oinarritua. Alabaina, kultura-turismoan pixkanaka sartzea du asmo. Gainera, askotan erabiltzen da formula hori, maileguak eta, ondorioz, abalak behar dituzten ekintzaileei laguntzeko.
Arrisku-kapitaleko sozietateak	KSlen esparruan, arrisku-kapitaleko sozietateak erabiltzen dira, banku-finantzaketa tradizionalak jarri ohi dituen trabak gainditzeko. Abala bakarrik eskaintzen duten EBSk ez bezala, sozietateok aldi baterako partaidetzak erosten dituzte enpresen kapitalean, eta aholkularitza-lanak ere egiten dituzte tarteka. Inbertsioaren bidez, enpresak nahikoa balio lortzea espero da, eta geroago partaidetza-enpresatik etekin batekin irteeta. Formula horrek balio sinbolikoa du: inbertsioa jasotzen duen enpresak konfiantza- eta bideragarritasun-irudia ematen du.
Maileguen diru-laguntzak	Mailegua behar duten esportazio-/nazioartekotze-kostuei aurre egiteko beste modu bat da maileguetarako diru-laguntza, aktibo finko nahiz zirkulatzaileentzako. Adibidez, Katalunian, Kataluniako Finantzen Institutuak (ICF) eta Kultura-Enpresen Kataluniako Institutuak (ICEC) modalitate hori eskaintzen dute.

Ekarpen itzulgarriak eta partaidetza-maileguak

Bi neurri horiek berak bultzatzen dituzte ICEC eta ICF institutuek. Ekarpene itzulgarriak malgutasun handiz egokitzen dira proiektuaren beharretara, eta kontuan hartzen dituzte haren arrakasta edo porrota. Bereziki, kapital likidoa eskaintzen dute, edozein eremu artistiko edo kulturaletan proiektuak abian jartzeko. Partaidetza-maileguak erabiltzen dira proiektuak abian jartzeko, eta EBSek edo arrisku-kapitalak ez bezala, enpresak independentziari eusten dio. Gainera, baldintza egokituak eskaintzen ditu, hala nola enpresaren emaitzen arabera interes-tasa aldatzeko edo interesen kenkari fiskala.

Baliabideen eskuragarritasuna eta merkatuetarako sarbidea

Prestakuntza

Sektorea bultzatzeko, oinarritzakoa da behar dituen konpetentziak ezagutzea eta garatzea. Ez bakarrik nazioartekotzeko, baita garatzeko ere —nazioartekotuko bada, garatuta egon behar du lehenik—.

Kulturaren eta sormenaren sektorea enplegu berrien segmentu baten dago, eta askotan ez du prestakuntza propiorik edo bere beharretara egokitutako prestakuntzarik, lanpostu horietan zenbait konpetentziak bat egiten dutelako —eta, horien artean, ez dira askotan egoten konpetentzia teknologikoak, enpresaritzakoak eta profesionalak—.

Enpresen kasuan, zenbait ekimen dago, hala nola plataformak eta **Investment Readiness** programak. Horiek sormen-sektoreko negozioei azaltzen dizkiete (negozio-eskema orokorrekin ez, baizik eta espezifikoekin) inbertitzaileen pentsamoldea, negoziazio moduak, harremanetan jartzeko moduak etab. *Workshopez* gain, programa horiek tutoreak izan ditzakete, geroago baliabideak bilatzen laguntzeko.

Konpetentziak lortzen laguntzeko irismen txikiko ekimenetarako prestakuntza-estrategia espezifiko bat da berdinen (kideen) arteko tutoretza-ideian oinarritutako programa. Bertan, antzeko egoeran dauden eta zailtasun bertsuak dituzten bi kideak akatsak, lorpenak eta baliabideak partekatzen dituzte, konpetentziak eta prozesuak hobetzeko. Metodo hori baliagarria da aukera hobeak topatzeko eta konpetentzia teknologikoak zein kapital soziala hobetzeko, eta, hartara, KSlak errealitate aldatzeko errealitate aldatzeko errealitate aldatzeko. Gainera, nazio-mailako edo nazioarteko sare diadikoak —estu lotuta dauden nodo-bikoteak— eraikitze modu bat izan daiteke.

Esperimentazioan eta berrikuntzan azaldu denez, behar diren prestakuntza-konpetentziak hobeto ezagutzeko modu ona izan daitezke arte eta diseinuko eskolen eta unibertsitate-zentroen barneko edo inguruko enpresa-haztegiak, ikasketa-zentro horiek eta enpresen arteko elkarlana areagotzeko eta ikaskuntza-aukera osoagoak eskaintzeko.

Finantza-sektorerako ere ezinbestekoa da prestakuntza (eta informazioa), baliabideak eskaintzeko ardura baitu. Izan ere, batzuetan, finantza-eragilearen ezjakintasuna izaten da oztopoetako bat, ez baititu ezagutzen sektorearen berezitasunak eta bertan inbertitzearen onurak. Hala, beharrezkoak dira inbertitzaileei informazioa emateko eta sektorean inbertitzeko arriskuari buruz duten pertzepzioa aldatzeko ekintzak.

Era berean, sektore honen garapen ekonomikori, inbertsioari eta inbertsio horien eraginari buruzko adierazlerik ez egotea oztopo da finantza-sektorea informatuago eta motibatuago egon dadin kulturaren eta sormenaren arloari dagokionez.

Workshopak

Workshopak konponbide ohikoa dira arautu gabeko prestakuntza-beharretan, baterako ikaskuntza indartzen dutenez eta helburu praktikoa daukatenez. Nazioartekotzearen kasuan, garrantzitsua da *workshopak* *Investment Readiness* programen esparruan egitea; izan ere, programa horiek, irakaskuntza teorikoaz emateaz gain, benetako babesa ematen diete *workshoparen* esparruan garatutako proiektuei, haien garrantziaren, interesaren, errealismoaren eta abarren arabera.

Binakako tutoretzak	<i>Workshopen</i> antzeko beste ildo batean, nazioartekotzeko prozesuari aurretiaz dauden nazioartekotze-tresnak aplikatzea erabilgarria izan daiteke prestakuntza arautuaren eta ohiko bideen oztopoak gainditzeko. Binakako tutoretzak, adibidez, konpetentziak eta ezagutzak lortzeko bide izan daitezke, berdinen artean baliabideak eta esperientziak partekatzean oinarritutako irakaskuntzaren bidez. Tutoretza horiek <i>workshopen</i> edo beste nazioartekotze-ekimen batzuen esparruan egin daitezke.
Enpresak nazioartekotzeko bekak	Enpresak nazioartekotzeko bekak prestakuntza-ikastaroekin konbinatzen dira askotan —baina ez beti—, eta ordaindutako praktikak eskaintzen dituzte atzerriko bulegoetan, nazioartekotze-agentzietan edo atzerriko erakundeetan edo eragileen artean. Horietako batzuk dira hauek: ICEX Espainia, Esportazioak eta Inbertsioak; Donostiako Garapen eta Sustapeneko Global Training bekak (garapenerako agentzien esparruan); eta Eusko Jaurlaritzaren Ekonomiaren Garapen eta Azpiegitura Sailaren BEINT programa. Zenbaitetan, mota horretako beken finantzaketan parte hartzen dute eragile pribatuak —besteak beste banketxeak eta kutxak, beren fundazioen bidez, eta multinazional handiek—.
Nazioartekotzeko prestakuntza-ikastaroak	Ikastaroak eta graduondoko eta master propioak dira nazioartekotzean eta kulturaren interesa duten eragileek gara ditzaketen prestakuntza-elementu ohikoena, sektorea enpresa-, lanbide- eta merkataritza-gaitasunez hornitzeko, KSlek ez baitituzte izaten.

Aholkularitza

Prestakuntzaz gain, emaitza indibidualizatuagoak lortzeko, aholkularitza funtsezko tresna da nazioartekotze-prozesuan. Prestakuntzaren esparru berean da beharrezkoa; izan ere, sektorearen beharrei erantzuteko bi modu dira. Kasu batean, konpetentziak ematen zaizkie eragileei, eta, bestean, beste eragile batzuek josten da konpetentzia horiekin laguntza eman dezaten.

Sektorera berariaz bideratutako programen bidezko aholkularitza askoz erabilgarriagoa da bere berezitasunak kontuan hartuta. Aholkularitza bereziki garrantzitsua da jabetza intelektualerako; izan ere, sektorearen zati handi baten

balioa jabetza intelektualaren eskubideetan datza. Eskubide horiek ez dira ohiko patenteak bezalakoak —errazago aitortzen zaie balioa horiei—, eta inbertitzaileek nekez hartzen dituzte aintzat, ezta sormen-sektoreak ere, ez baitu ezagutza nahikorik jabetza intelektualaren babesari lotutako negozio-aukerez jabetzeko.

Kultura-sortzaileei laguntzeko bulegoak	Kultura-sortzaileei laguntzeko bulegoen ekimenak interesgarriak dira, aukera horien bidez nazioartekotze-zerbitzuak garatu daitezkeelako, prestakuntzari, ekintzaileei eta profesionalizazioari eman ohi dieten laguntzarekin konbinatuta. Administrazio-maila eta esparru estrategiko ezberdinetan daude kultura-sortzaileei laguntzeko bulegoak eta programak.
Nazioartekotze-agentziak	Kultura-sortzaileei laguntzeko bulegoak sektore horretara bakarrik daude bideratuta, baina nazioartekotze-agentzia ugari neurri espezifikoak garatzen dituzte KSlentzat, horien berezitasunak eta beharrak kontuan hartuta. Nazioartekotze-agentzietan bertan segmentatzen dira sektorearentzako ekintzak —agentzia horiek bokazio jeneralista izaten baitute—, hartara efikazagoak izan daitezten eta KSletan inpaktu positiboa eduki dezaten.
Atzerriko bulegoak	Atzerriko bulegoek aukera ematen dute dauden lekuari buruzko ezagutza espezifikoak emateko. Horien bitartez, enpresek informazioa lor dezakete hartzzailei, partner potentzialei, dagokien lege-esparruaren berezitasunei eta abarrei buruz. Hau da, merkatua, hartzzaileak eta ingurune instituzionala ezagut ditzakete. Lan horietako batzuetan lagungarriak izaten dira kanpo-gaietako sailen mendeko atzerriko bulegoak, baita puntu estrategiko jakinetan kultura-instituten irekitzen dituzten bulegoak ere. Hala ere, merkatu-ikuspegitik, esate baterako Kultur Enpresen Kataluniako Institutua (ICEC) nabarmen izan da, nazioartekotze-arlo espezifiko eta atzerriko bulegoak ditu eta . Horiek informazioa, aholkularitza eta merkatu berrien azterketak eskaintzen dituzte. Hau da, KSlen esportaziora bideratuta dago erabat.

4.3 Ikuspegi globala

Jarraian, esparru desberdinetan azpimarratzekoak diren neurriak laburbilduko ditugu, gauzatzen diren ekintzei buruzko ikuspegi zabala eskaintzeko (edukien ikuspegitik zein merkatuarenetik). Egingako hurbilketa kontzeptualaren ildotik, atzerriko kultura-ekintzako bi erakarmen-poloek zehaztutako espazio batean sailkatzen dira: kultura-izaerako ekintzak eta izaera ekonomiko eta komertzialeko ekintzak.

Irudia. Atzerriko kultura-eremuko bi erakarmen-poloetan oinarritutako neurrien nondik norakoa.

Kultura-institutuak		Azoketan, jaialdietan eta erakusketetan egotea					Nazioarteko merkataritza-misioak	Eragile pribatuak
Kultura-sailak		Kultura-sorkuntzari laguntzeko bulegoak	Eragileentzako eta jarduerentzako diru-laguntzak	Atzerriko bulegoak	Nazioartekotze-bekak	Nazioartekotze-agentziak	Elkar bermatzeko sektore-sozietateak	Ekonomia- eta merkataritza-sailak
Kulturala	Lankidetzak unibertsitateekin (katedrak eta ikastetxeak)	Nazioarteko gonbidatuak	Workshopak eta binakako tutoretzak	Sareetan, plataformetan eta klusterretan parte hartzea eta horiei laguntzea	Maileguko diru-laguntzak, ekarpen itzulgarriak eta partaidetza-maileguak	Nazioartekotze-arloko prestakuntza-ikastaroak	Arrisku-kapitaleko sozietateak	Ekonomikoa

5_ Testuingurua EAE

Egindako hurbilketatik abiatuta, esan daiteke EAE abiapuntu onean dagoela nazioartekotzeko. Helburuak lortzen laguntzeko estrategiako elementuak, baliabideak, eragileak eta koordinazio-mekanismoak daude.

Euskadi Basque Country 2020 esparru-estrategiak (BCE 2020) estrategia orokorra finkatzen du; hala, Euskadik ingurune globalizatuan zer leku duen azaltzen du, zer herrialde-eredu eta balio nazioartekotu nahi den eta horretarako zer nazioartekotze-eragile eta -ekintza behar diren.

Lana jada garatuta edukitzea eta estrategia norabide jakin batean finkatuta egotea mesedegarri eta kaltegarri da aldi berean: BCE 2020 estrategiak, oro har, ekonomia eta enplegua suspertzea du helburu, eta Kanpo Harremanen arloak gidatzen du. Hala, BCE markaren atzerriko irudia sortzeko eta ekonomia garatzeko tresna da kultura. Nazioartekotze-mapa kultura-esparrutik aztertuta, abiapuntua eta grabitazio-poloak zehaztu ahal izan dira.

Gaur egun, Etxepare Institutuak aukera du horizonte berriak esploratzeko, euskara hitz egiten den lurralde guztietara iristeko helburuarekin. Gainera, kultura-institutuak estrategia integratuago batean sar daitezke, herrialdeko sormen-sektore estrategikoetara irekita.

Edonola ere, gogoratu behar dugu eragile bakoitzak funtzio eta espazio jakin bat betetzen duela atzerriko kultura-eremuan. Adibidez:

- Kultura-institutuek sormena eta artea elikatzen dute asmo komertzialik gabe.
- Sektore industriala den aldetik, nazioartekotzeko agentziek ekonomiaren garapena bultzatzen dute.
- Azkenik, Kanpo Harremanetako zerbitzuek herrialde-ikuspegi estrategikoa eskaintzen dute.

Edukiaren eta merkatuaren ikuspegiak elkarrekin uztartzen dira; hala, kultura- eta sormen-sektoreak sormen-nukleo nagusi bat du, batetik, eta, bestetik, industria funtzional lotuen multzo bat.

Funtzio eta alderdi anitzeko eragileak edukitzea baino gehiago, horien ekintzak helburu orokorretan txertatzea eta horiekin koordinatzea da kontua. Hala, eragile guztiak buruaskiak dira beren berezko esparruan, baina esparru orokorrari ekarpen koherentea eskaintzen diote. Horren harira, eragileek beren baliabideak administratzen dituzten arren, perspektibaz aztertu behar dira baliabideon banaketa eta askitasuna.

Merkatuaren ikuspegitik, KSlek garatzeko aukerak dituzte, beste sektore bat osatzen baitute enpresak nazioartekotzeko prozesu orokorraren askotariko egitasmoen artean. Hori gorabehera, sektorearen berezitasunak kontuan hartuta, beharrezkoa da estrategiak osatzea, sektoreko eragileak, baliabideak eta programak bultzatzeko. Estrategia jeneralista batean txertatzea askoz aukera hobea da ikuspegi estrategiko globaletik, baina bazter utzi gabe beti sektorearen nondik norakoak eta berezitasunak. Sektore garrantzitsua da ekonomia garatzeko eta suspertzeko; laguntza eraginkorra eman behar zaio, beraz.

Gaur egun, bai EAEn bai bestela ere, kultura- eta sormen-sektorearen dimentsio ekonomikoari buruzko informazio estatistikoa behar-beharrezkoa da jarduketak ikusarazteko eta orientatzeko. Datuek izan behar dute sektoreari buruzko gogoeta-prozesuaren gidari, eta egungo egoera deskribatu behar dute, indarguneak eta zailtasunak zehaztuta.

Sektorearen profesionalizazioa eta barne-egituraketa ez dira nazioartekotze-tresnak zuzenean, baina horretan ahalegintzea beharrezkoa da, bidea prestatzeko. Horrela, barne-merkatuan sektorea sendotzera bideratutako egitasmo orok zeharkako ondorio positiboak ditu nazioartekotzean.

Prestakuntzaren arloan izan dezakete ibilbiderik luzeena berrikuntzek, proiektu pilotuen bidez. Finantzaketa- eta aholkularitza-ekimenak dira ezagunenak, baina prestakuntzaren eta informazioaren arloetan esperientzia-gabezia handia dago sektorearen berezitasunei, beharrei eta etekinei buruz, bai kultura- eta sormen-sektorean bai finantza-sektorean. Sektoreko finantza-kultura garrantzitsua da aholkularitzak egoki funtzionatuko duela bermatzeko, eta finantza-sektorea KSlen inguruan informatuta egotea beharrezkoa da industriok bultzatzeko.

Kultura nazioartekotzea_



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA