

## Arts Research Monitor

[ArtsResearchMonitor.com](http://ArtsResearchMonitor.com)

## Recherches sur les arts

[SurLesArts.com](http://SurLesArts.com)

Volume 11, no 7

December / Décembre 2012

ISSN 1708-170X

### Visual arts and heritage organizations

*In this issue: A focus on the visual arts sector, including a report on the role of artist-run centres within the visual arts, a statistical summary of heritage organizations in Canada, a British report that aims to provide benchmarks regarding visual arts audiences, and a British study of socially-engaged visual arts organizations.*

[ArtsResearchMonitor.com](http://ArtsResearchMonitor.com) provides categories, quick links and easy search access to all Arts Research Monitor articles.

The Arts Research Monitor is funded by the Canada Council for the Arts and the Ontario Arts Council.

### Organismes d'arts visuels et du patrimoine

*Dans ce numéro : Un regard sur le secteur des arts visuels, y compris un rapport sur le rôle des centres d'artistes autogérés en arts visuels, un résumé statistique des établissements du patrimoine au Canada, un rapport britannique qui cherche à établir des normes de référence pour les publics des arts visuels, et une étude britannique des organismes d'arts visuels engagés.*

[La version française du bulletin suit l'anglais.](#)

Pour un accès rapide et un outil de recherche aux différents articles des numéros actuels et antérieurs de Recherches sur les arts, visitez [SurLesArts.com](http://SurLesArts.com).

Le financement de Recherches sur les arts provient du Conseil des Arts du Canada et du Conseil des arts de l'Ontario.



Canada Council  
for the Arts

Conseil des Arts  
du Canada



ONTARIO ARTS COUNCIL  
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO

## **The Distinct Role of Artist-Run Centres in the Visual Arts Ecology**

Prepared by Marilyn Burgess and Maria De Rosa, MDR Burgess Consultants for the Canada Council for the Arts, April 2012

[http://www.canadacouncil.ca/publications\\_e/research/art\\_disciplines\\_sect/be129794248507509723.htm](http://www.canadacouncil.ca/publications_e/research/art_disciplines_sect/be129794248507509723.htm)

Based on a literature review, a survey of 85 organizations, in-depth interviews, and an analysis of aggregated financial and statistical information, this report examines the role and place of artist-run centre (ARCs) within the visual arts sector. The report reveals five “characteristics that define and differentiate artist-run centres”:

- Self-determination.
- Support for artistic experimentation.
- Services that typically include support for exhibitions, support for artistic production, professional development, and the advancement of contemporary arts discourse and critical reflection.
- A membership structure.
- “A professional entry point for emerging artists, curators and administrators”.

The report also indicates that centres typically work via collaboration and networking and often are grounded in larger social movements. “From the very beginning of their existence, ARCs have had a desire for self-determination, a vast and expanding collaborative network of organizations and individual artists, as well as a grounding in major transformative social movements.” Gender and cultural diversity, as well as inclusive strategies more broadly writ, is also a pivotal element of many centres’ activities.

The survey of organizations shows that the most common elements of centres’ mandates are exhibitions, advancing the contemporary visual arts, artistic experimentation, emerging artistic practices, critical engagement, and emerging artists. The statistical analysis highlights the programming undertaken by the centres in 2010. In particular, “over 4,000 artists exhibited their work in more than 800 exhibitions programmed by ARCs. A similar number of publications were also created in various formats.” Total attendance at centres’ exhibitions was 2.1 million in 2010.

On average, artist-run centres receive 75% of their funding from public sector sources, 12% from earned revenues, and 12% from private sector fundraising. Artistic expenditures account for about one-half of centres’ expenses (51%), following by administration (23%), facility operating expenses (17%), marketing and communications (7%), and fundraising (3%).

A key priority for artist-run centres is obtaining increased financial resources to support their programming, operational needs, growth in the regions, production of critical publications, collaborative activities, artist residencies, and professional development. Another key priority is achieving increased visibility in the community at large.

The report concludes that artist-run centres “play a central role, supporting the production and critical advancement of emergent artistic practices and contributing to the development of the careers of artists and arts administrators”.

## **Heritage institutions 2010**

Statistics Canada, February 2012

<http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0002x/87f0002x2011001-eng.htm>

Statistics Canada recently released summary data on heritage institutions in 2010, including for-profit and not-for-profit heritage organizations such as art galleries, museums, historic sites, zoos and botanical gardens. Organizations that are part of a larger institution, such as university-affiliated art galleries, are excluded from the heritage institutions survey.

In 2010, as in other even-numbered years, only summary data are provided. For example, no data are available regarding attendance levels or revenue sources (i.e., earned, public, or private sector). Hill Strategies has analyzed the 2010 data for this issue of the Arts Research Monitor. Note: The changes reported below have not been adjusted for inflation.

The total operating revenues of all heritage organizations were \$1.3 billion in 2010, a 3.4% increase from 2009. Total operating expenditures were \$1.2 billion, leaving a small surplus of 3.1% of total revenues. The largest component of heritage organizations' expenditures were staff salaries, wages and benefits (\$576 million, or 46% of total expenditures). Total expenditures increased by 2.8% between 2009 and 2010, while spending on salaries, wages and benefits increased by 4.5%.

Not-for-profit heritage organizations in Canada had total revenues of \$1.2 billion in 2010, representing 92% of the sectoral total. Total revenues of not-for-profit heritage organizations increased by 3.8% between 2009 and 2010. Total expenses (\$1.2 billion) essentially equalled total revenues, resulting in a small surplus of 2.3% of total revenues.

The key data for each type of not-for-profit heritage organization in 2010 follow:

- Not-for-profit museums (other than art galleries) had total revenues of \$633 million in 2010, a 3.0% increase from 2009. Collectively, museums reported an \$18 million surplus in 2010 (2.9% of revenues).
- Not-for-profit art galleries had total revenues of \$290 million in 2010, a 5.1% increase from the previous year. Canadian art galleries reported a \$2.6 million surplus in 2010 (0.9% of revenues).
- Not-for-profit zoos and botanical gardens reported total revenues of \$166 million in 2010, a 5.0% increase from 2009. Zoos and botanical gardens reported a \$3.9 million surplus (2.4% of revenues).
- Not-for-profit historic and heritage sites had revenues totalling \$89 million in 2010, a

3.1% increase from 2009. Historic and heritage sites reported a \$1.8 million surplus in 2010 (2.1% of revenues).

On a provincial basis, Ontario-based not-for-profit heritage organizations accounted for \$466 million in revenues (40% of the Canadian total). The revenues of Quebec-based organizations totalled \$334 million in 2010 (28% of the Canadian total). British Columbia-based non-profit organizations had operating revenues of \$129 million (11% of national revenues), while their Alberta counterparts accounted for \$120 million (10%).

There are relatively few for-profit heritage organizations in Canada. The total revenues of for-profit heritage organizations were \$104 million in 2010, representing 8% of the sectoral total and a 1.5% decrease from 2009. Despite the decrease, for-profit heritage organizations earned an average profit margin of 12.4%. Ontario's for-profit heritage organizations had revenues of \$51 million (49% of the national total), while for-profit organizations based in British Columbia generated revenues of \$37 million (36%).

The Statistics Canada tables also contain information about the revenues, expenses, and surplus or deficit situation of heritage organizations in other provinces (but not the three territories), although the breakdown into for-profit and not-for-profit organizations is not provided for New Brunswick, Manitoba, or Saskatchewan due to confidentiality concerns.

## **National Visual Arts Benchmarking Pilot (United Kingdom)**

Audiences UK, March 2012

<http://www.audiencesuk.org/data-and-resources/resources>

Based on 11,111 on-site interviews in the summer of 2011 with visitors at 49 British art galleries, this report highlights a range of characteristics of art gallery visitors. Even with such a large number of responses, the report cautions that “given that the data in this report was collected over three months and [that some galleries had ...] quite small samples, it is unlikely to be truly representative of the audience for visual arts in England.”

Despite the caution regarding representation of all gallery visitors, the report does provide some interesting findings about survey respondents. Almost one-half were first-time visitors to the gallery (45%), while 29% had visited the same gallery in the past 12 months. The remaining 25% had previously visited the gallery, but not in the past year. Sixty-two percent of respondents spent between one and two-and-a-half hours at the gallery.

Almost one-half of visitors came from overseas (48%), while 28% lived in the same region as the gallery, and 24% lived in another region of the United Kingdom. The high proportion of overseas visitors was skewed by the results for participating London-based galleries, which had a very high proportion of overseas visitors (53%). For galleries in other regions, overseas visitors accounted for between 3% and 13% of all visitors.

Many respondents were motivated to attend the gallery by an interest in a specific exhibition, display, or work by a specific artist (41%), while a similar number (40%) were motivated by a general interest in art. The main source of information about the gallery was a personal recommendation (23% of visitors, much higher than any other information source).

About three-quarters of visitors (77%) attended on their own or with one other person (34% on their own and 43% as a party of two).

Fully 95% of visitors indicated that “they would be likely or very likely to recommend a visit to the gallery to friends or family”. Respondents had very high rankings of the value for money, welcoming staff, and “the whole experience” at the galleries visited. Respondents had lower (but still quite positive) rankings for parking as well as the galleries’ shops, bars, and café facilities.

Thirty-seven percent of respondents have bought a contemporary work of art at some point in their lives, while another 43% have not done so but would consider doing so in the future. The remaining 20% would not consider purchasing contemporary art.

In terms of demographic characteristics, 59% of visitors were women (compared with 51% of the population of the United Kingdom). The largest age group was those between 25 and 34 (25% of visitors, compared with 18% of the population). Five percent of respondents had a “long-standing illness, disability or infirmity”, compared with 8% of the population.

The report also provides information about which segments of the public were most likely to visit galleries, according to geo-demographic profiles in use in the U.K. Depending on the specific profile tool used, art gallery visitors tended to come from the “liberal opinions” group, the “urban prosperity” group (especially “educated urbanites”), the “fun, fashion and friends” group, and the “urban arts eclectic” group. (The composition of these groups is not provided in the report.)

## **New Model Visual Arts Organisations & Social Engagement**

University of Central Lancashire, 2011

[http://www.uclan.ac.uk/schools/school\\_of\\_social\\_work/research/pru/files/wzw\\_nmi\\_report.pdf](http://www.uclan.ac.uk/schools/school_of_social_work/research/pru/files/wzw_nmi_report.pdf)

Based on a literature review, a review of four organizations’ mandates, direct observation, and semi-structured interviews, this study examines how socially-engaged visual arts organizations in the United Kingdom “bring about change in individuals and communities”. The report argues that socially-engaged visual arts organizations, with strong social or civic missions, coherent philosophies of engagement, and clarity of purpose, have “a key role to play in placing the arts at the centre of civil society.”

The researchers outline some key aspects of the socially-engaged arts practice of the four visual arts organizations, including experimentation and diversity. The organizations often produce “audacious, original work, characterised by attentiveness to process and informed by a social agenda”. They are also heavily involved in collaboration, participation, dialogue, provocation, immersive experiences, “engaging with people as social beings”, and stimulating “new forms of connectivity”.

The organizations often insert “art into everyday situations”, thereby demonstrating “that socially engaged art has considerable potential to revitalise the public role of art and to include culturally marginalised audiences”. They also tend to place “local issues and concerns in the context of global development, creating opportunities for cultural exchange, hybridity and connectivity”.

The socially-engaged visual arts organizations are concerned with innovation and ethical practice: “Work that makes a sustained impact negotiates the tensions between ethical practice and aesthetic outcome and actively maintains an environment receptive to the work.” Two other concerns are authorship and participation: “the boundaries between artists, curators and publics are [sometimes] transgressed and the locus of artistic control can shift between any of those involved.”

The report indicates that “projects which produce sustainable change are often intensive and take time. The impacts emerge slowly and are diffuse, complex and difficult to measure.” The researchers also note that the organizations’ efforts may have complex long-term effects, such as “influence on professional practice in other fields; cross-fertilisation with other areas of economic and social activity; long-term sustainable effects on communities; [and] processes of personal change over time.”

The researchers conclude that the efforts of socially-engaged visual arts organizations require policy support and funding in order to achieve “transformative practice”, which involves “creating new, shared forms for the expression of individual and collective feeling, while sustaining a critical consciousness”.

## **Le rôle distinct des centres d'artistes autogérés dans l'écologie des arts visuels**

Préparé par Marilyn Burgess et Maria De Rosa, MDR Burgess Consultants, pour le Conseil des arts du Canada, avril 2012

[http://www.canadacouncil.ca/publications\\_f/recherche/discipl\\_secteurs\\_art/be129794248507509723.htm](http://www.canadacouncil.ca/publications_f/recherche/discipl_secteurs_art/be129794248507509723.htm)

À l'aide d'une analyse documentaire, d'un sondage de 85 organismes, des entrevues approfondies et d'une analyse de données financières et statistiques agrégées, ce rapport examine le rôle et la place des centres d'artistes autogérés (CAA) dans le secteur des arts visuels. Le rapport révèle cinq « caractéristiques qui définissent et distinguent les centres d'artistes autogérés » :

- L'autodétermination.
- Le soutien de l'expérimentation artistique.
- Des services qui comprennent le soutien aux expositions, le soutien à la production artistique, le soutien au perfectionnement professionnel et l'avancement du discours sur l'art contemporain au moyen de publications critiques et d'activités savantes.
- Une structure d'adhésion.
- Un « point d'accès professionnel pour les artistes de la relève, les conservateurs et les administrateurs ».

Le rapport indique également que les centres procèdent habituellement par collaboration et par réseautage et qu'ils sont souvent ancrés dans de grands mouvements sociaux. « Dès le début de leur existence, les CAA ont présenté une volonté d'autodétermination, un réseau de collaboration étendu et croissant des organismes et des artistes individuels, ainsi qu'un ancrage dans les grands mouvements sociaux transformateurs. » La diversité culturelle et la parité hommes-femmes, ainsi que des stratégies d'inclusion plus générales, sont également un élément clé des activités de bon nombre de ces centres.

Le sondage des organismes révèle que les éléments les plus fréquents du mandat des centres sont les expositions, l'avancement des arts visuels contemporains, l'expérimentation artistique, les pratiques artistiques émergentes, l'engagement critique et les artistes en début de carrière. L'analyse statistique porte sur la programmation entreprise par les centres en 2010. Plus précisément, « plus de 4 000 artistes ont exposé leurs œuvres dans plus de 800 expositions programmées par des CAA. Un nombre similaire de publications a également été produit en divers formats. » L'assistance totale aux expositions des centres était de 2,1 millions de personnes en 2010.

En moyenne, les centres d'artistes autogérés reçoivent 75 % de leur financement de sources du secteur privé, 12 % des revenus gagnés et 12 % des collectes de fonds auprès du secteur privé. Les dépenses artistiques représentent environ la moitié des dépenses des centres

(51 %), les dépenses d'administration 23 %, les dépenses d'exploitation du centre 17 %, les communications et le marketing (7 %) et les collectes de fonds (3 %).

Une priorité clé des centres d'artistes autogérés est d'obtenir des ressources financières additionnelles pour soutenir leur programmation, leurs besoins opérationnels, leur croissance dans les régions, la production de publications critiques, des activités de collaboration, des résidences d'artistes et du développement professionnel. Une autre priorité clé est d'augmenter leur visibilité dans la communauté en général.

Le rapport conclut que les centres d'artistes autogérés « jouent un rôle central : ils soutiennent la production et l'avancement critique de nouvelles pratiques artistiques et ils contribuent à la promotion de la carrière des artistes et des administrateurs d'activités artistiques. »

## **Les établissements du patrimoine 2010**

Statistique Canada, février 2012

<http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0002x/87f0002x2010001-fra.htm>

Statistique Canada a diffusé dernièrement des données sur les établissements du patrimoine en 2010, tels que les organismes patrimoniaux à but lucratif et sans but lucratif, les galeries d'art, les musées, les sites historiques, les jardins zoologiques et les jardins botaniques. Les organismes qui relèvent d'un établissement plus important, comme les galeries d'art affiliées à une université, sont exclus de ce sondage.

En 2010, comme lors des autres années paires, seules des données sommaires sont publiées. Les données sommaires ne portent pas sur la fréquentation ni sur la ventilation des sources de revenus (gagnés, secteur public ou privé). Hill Stratégies a analysé les données détaillées de 2010 pour ce numéro de *Recherches sur les arts*. Remarque : Les changements dont il est question ci-dessous ne tiennent pas compte de l'inflation.

Le total des revenus d'exploitation de tous les organismes du patrimoine était de 1,3 milliard \$ en 2010, une augmentation de 3,4 % par rapport à l'année précédente. Le total des frais d'exploitation était de 1,2 milliard \$ en 2010, laissant un surplus modeste de 3,1 % des revenus. La composante la plus importante des frais d'exploitation était les salaires, traitements et avantages sociaux (576 millions \$, ou 46 % des frais d'exploitation). Les frais d'exploitation ont augmenté de 2,8 % entre 2009 et 2010, alors que les salaires, traitements et avantages sociaux ont progressé de 4,5 %.

Les organismes du patrimoine sans but lucratif au Canada ont généré des revenus de 1,2 milliard \$ en 2010, ce qui représente 92 % du total du secteur. Les revenus d'exploitation de ces établissements ont augmenté de 3,8 % entre 2009 et 2010. Le total des frais d'exploitation (1,2 milliard \$) est essentiellement égal au total des revenus d'exploitation, et a produit un surplus modeste de 2,3 % des revenus d'exploitation.



Voici les données clés de chaque type d'organisme du patrimoine sans but lucratif en 2010 :

- Les musées (autres que les galeries d'art) ont eu des revenus d'exploitation de 633 millions \$ en 2010, une augmentation de 3,0 % par rapport à 2009. Collectivement, ces organismes font état d'un surplus de 18 millions \$ en 2010 (2,9 % de leurs revenus).
- Les galeries d'art ont enregistré des revenus d'exploitation de 290 millions \$ en 2010, une augmentation de 5,1 % par rapport à l'année précédente. Ces organismes ont déclaré un surplus de 2,6 millions \$ en 2010 (0,9 % de leurs revenus).
- Les jardins zoologiques et les jardins botaniques ont déclaré des revenus d'exploitation de 166 millions \$ en 2010, une augmentation de 5,0 % par rapport à 2009. Collectivement, ces organismes font état d'un surplus de 3,9 million \$ (2,4 % de leurs revenus).
- Les sites historiques et du patrimoine ont enregistré des revenus d'exploitation totalisant 89 millions \$ en 2010, une augmentation de 3,1 % par rapport à 2009. Ils ont fait état d'un surplus de 1,8 million \$ en 2010 (2,1 % de leurs revenus).

Sur une base provinciale, les organismes du patrimoine sans but lucratif de l'Ontario ont enregistré des revenus d'exploitation de 466 millions \$ (40 % du total canadien). Les revenus d'exploitation des organismes du Québec ont totalisé 334 millions \$ en 2010 (28 % du total). Les organismes sans but lucratif de la Colombie-Britannique avaient des revenus d'exploitation de 129 millions \$ (11 % du total), tandis que ceux de l'Alberta ont enregistré 120 millions \$ (10 % du total).

Il y a relativement peu d'organismes du patrimoine à but lucratif au Canada. Les revenus d'exploitation de ces organismes ont totalisé 104 millions \$ en 2010, ce qui représente 8 % du total du secteur et une diminution de 1,5 % par rapport à 2009. Malgré cette diminution, les organismes du patrimoine à but lucratif avaient une marge bénéficiaire moyenne de 12,4 %. Les organismes du patrimoine à but lucratif en Ontario ont enregistré des revenus d'exploitation de 51 millions \$ (49 % du total national), tandis que ceux de la Colombie-Britannique ont généré des recettes de 37 millions \$ (36 %).

Les tableaux de Statistique Canada contiennent également des informations sur les revenus, les dépenses et les excédents ou déficits des organismes des autres provinces (mais non des trois territoires), bien que la ventilation des organismes à but lucratif et non lucratif ne soit pas disponible pour le Nouveau-Brunswick, le Manitoba et la Saskatchewan pour des raisons de confidentialité.

## Projet pilote d'établissement de normes de référence en arts visuels

(Royaume-Uni, National Visual Arts Benchmarking Pilot)

Audiences UK, mars 2012

<http://www.audiencesuk.org/data-and-resources/resources>

Basé sur 11 111 entrevues sur place au cours de l'été de 2011 avec des visiteurs de 49 galeries d'art britanniques, ce rapport jette une lumière sur une foule de caractéristiques de ces visiteurs. Même avec un nombre si élevé de réponses, le rapport met en garde contre les interprétations hâtives : « compte tenu du fait que les données ont été collectées au cours d'une période de trois mois et [que certaines galeries avaient...] de très petits échantillons, il est peu probable que l'échantillon soit représentatif de l'ensemble du public des arts visuels en Angleterre. »

Malgré cette mise en garde, le rapport fournit des données intéressantes au sujet des personnes qui ont participé au sondage. Environ la moitié d'entre elles visitaient la galerie d'art pour la première fois (45 %), 29 % avaient visité la galerie au cours des 12 mois précédents et les autres 25 % avaient visité la galerie auparavant mais non au cours de l'année précédente. Soixante-deux pour cent des répondants ont consacré entre une et deux heures et demie à la galerie.

Environ la moitié des visiteurs sont venus de l'étranger (48 %), tandis que 28 % habitaient dans la région de la galerie et 24 % dans une autre région du Royaume-Uni. La proportion élevée de visiteurs de l'étranger a été faussée par les résultats des galeries participantes de Londres, qui avaient une proportion très élevée de ces visiteurs (53 %). Les visiteurs étrangers ne représentaient que 3 % à 13 % des visiteurs des galeries des autres régions.

De nombreux répondants visitaient une galerie à cause d'un intérêt pour une exposition particulière, une présentation ou les œuvres d'un artiste en particulier (41 %), et un nombre semblable était motivé par un intérêt général pour l'art (40 %). La principale source d'information au sujet d'une galerie était une recommandation personnelle (23 % des visiteurs, ce qui était beaucoup plus élevé que toutes les autres sources d'information).

Environ trois quarts des visiteurs (77 %) ont assisté seuls ou avec une autre personne (34 % ont visité seuls et 43 % en groupe de deux).

Au moins 95 % des visiteurs ont indiqué « qu'ils sont beaucoup et très enclins à recommander une visite à une galerie à leurs amis ou famille ». Les répondants ont accordé des notes très élevées à la valeur des visites, au personnel accueillant, et à « toute l'expérience » des visites de galerie. Les répondants ont accordé des notes moins élevées (bien que très positives) au stationnement ainsi qu'aux magasins, bars et cafés des galeries.

Trente-sept pour cent des répondants ont acheté une œuvre d'art contemporaine à un moment donné de leur vie, et 43 % ne l'ont pas encore fait mais envisageraient de le faire à l'avenir. Les autres 20 % ne se voient pas acheter de l'art contemporain.

Du côté des caractéristiques démographiques, 59 % des visiteurs étaient des femmes (elles forment 51 % de la population du Royaume-Uni). Le groupe d'âge le plus nombreux était les gens de 25 à 34 ans (25 % des visiteurs, alors qu'ils forment 18 % de la population). Cinq pour cent des répondants avaient une « maladie de longue durée, un handicap ou une infirmité », comparativement à 8 % de la population.

Le rapport renferme également des renseignements sur les segments de la population qui sont les plus enclins à visiter des galeries, si l'on examine les profils géo-démographiques utilisés au Royaume-Uni. Selon l'outil de profil spécifique utilisé, les visiteurs des galeries d'art avaient tendance à provenir du groupe « prospérité urbaine » (notamment les « gens de la ville scolarisés »), du groupe « plaisir, mode et amis » et du groupe « arts urbains éclectiques ». (Le rapport ne précise pas la composition de ces groupes.)

## **Nouveaux modèles d'organismes d'arts visuels et l'engagement social**

(New Model Visual Arts Organisations & Social Engagement)

University of Central Lancashire, 2011

[http://www.uclan.ac.uk/schools/school\\_of\\_social\\_work/research/pru/files/wzw\\_nmi\\_report.pdf](http://www.uclan.ac.uk/schools/school_of_social_work/research/pru/files/wzw_nmi_report.pdf)

Basée sur une analyse documentaire, un examen des mandats de quatre organismes, une observation directe et des entrevues semi-structurées, cette étude examine comment des organismes d'arts visuels engagés au plan social au Royaume-Uni « sont des vecteurs de changement chez les individus et dans les collectivités ». Le rapport avance que les organismes d'arts visuels engagés, qui ont des missions sociales et civiques robustes, des philosophies cohérentes d'engagement et un but précis, « ont un rôle clé à jouer si l'on veut que les arts soient au centre de la société civile ».

Les chercheurs décrivent quelques aspects clés des pratiques artistiques engagées des quatre organismes d'arts visuels, y compris l'expérimentation et la diversité. Les organismes produisent souvent « des œuvres originales audacieuses, caractérisées par une attention au processus et un souci d'une orientation sociale ». Ils sont également très impliqués dans la collaboration, la participation, le dialogue, la provocation et des expériences immersives, « s'impliquant avec les gens en tant qu'êtres sociaux » et stimulant « de nouvelles formes de connectivité ».

Les organismes insèrent souvent « l'art dans les situations quotidiennes », démontrant ainsi « que l'art engagé a un potentiel considérable de revitaliser le rôle public de l'art et d'inclure les publics de cultures marginales ». Ils ont également tendance à placer « les préoccupations et les enjeux locaux dans le contexte du développement mondial et à créer des occasions d'échanges culturels, de métissage et de connectivité ».

Les organismes d'arts visuels engagés s'intéressent également à l'innovation et aux pratiques éthiques : « Le travail qui crée un impact soutenu réconcilie les tensions entre les

pratiques éthiques et les résultats esthétiques et maintient activement un environnement propice au travail. » Deux autres enjeux sont la paternité des œuvres et la participation : « les frontières entre les artistes, les commissaires et les publics sont [parfois] transgressées et le point de contrôle artistique peut basculer entre ces personnes. »

Le rapport indique que « les projets qui produisent un changement durable sont souvent intensifs et ils exigent du temps. Leur impact se fait sentir lentement, il est diffus, complexe et difficile à mesurer. » Les chercheurs observent également que les effets complexes des efforts des organismes peuvent « mettre du temps à se diffuser, notamment, l'influence sur les pratiques professionnelles dans d'autres domaines ; les croisements avec d'autres secteurs d'activités économiques et sociales ; les effets durables à long terme sur les collectivités ; et les processus de changement personnel au fil du temps. »

Les chercheurs concluent que les efforts des organismes d'arts visuels engagés exigent un soutien et un financement des politiques afin de mettre en place une « pratique transformative » qui comporte « la création de nouvelles formes partagées d'expression du sentiment individuel et collectif tout en conservant une conscience critique ».