

# CULTURA + COMUNIDAD EN TIEMPOS DE TRANSFORMACIÓN

## Focus on Massachusetts

Resumen del informe y  
oportunidades

Escrito por:  
Jen Benoit-Bryan, PhD y Matthew Jenetopulos, MBA  
Slover Linett Audience Research

slover**linett**  
AUDIENCE RESEARCH



# Contexto de investigación y preguntas

Cultura y comunidad en tiempos de transformación: Focus on MA es un informe especializado elaborado por Slover Linett Audience Research y propuesto por la Fundación Barr que amplía los resultados de la investigación nacional de Cultura y Comunidad a través de una exploración independiente centrada en el estado de Massachusetts. Para obtener más información sobre la investigación nacional de Cultura y Comunidad realizada en colaboración con LaPlaca Cohen y Yancey Consulting, visite [www.sloverlinett.com/cctt](http://www.sloverlinett.com/cctt)

Este informe presenta los hallazgos clave de la investigación de Cultura y Comunidad llevada a cabo desde el 5 hasta el 30 de abril de 2021, un año después de la pandemia de la COVID-19, pero antes de la aparición de las variantes delta y ómicron. Entre las preguntas que guían esta investigación se incluyen las siguientes:

- ¿Cómo podrían las organizaciones culturales apoyar a sus comunidades en MA durante estos tiempos sin precedentes? ¿Qué tipo de cambios las personas esperan percibir de las organizaciones artísticas y culturales en un futuro?
- ¿Cómo han cambiado los patrones de compromiso con el arte y la cultura en MA? ¿Qué papel podrían desempeñar el arte, la creatividad, la participación comunitaria y otras formas de cultura en el arduo trabajo que se avecina?
- ¿En qué medida las personas creen que el racismo sistémico está presente en las organizaciones artísticas y culturales de MA?
- ¿Los residentes de MA desean que las organizaciones artísticas y culturales aborden temas sociales en sus comunidades? En caso afirmativo, ¿qué temas se incluyen?

# Características distintivas de este estudio



## Centrado en la comunidad

Esta investigación se centra en una muestra representativa de los residentes de Massachusetts en lugar de centrarse *únicamente* en los asistentes de las actividades culturales. La encuesta se tradujo en nueve idiomas para incrementar la accesibilidad de las personas que no hablan inglés.



## Implicaciones nacionales

Una referencia nacional nos permite identificar dónde se asemejan y se diferencian los residentes de Massachusetts en comparación con los patrones de respuesta en todo el país.



## A gran escala

Recopilamos más de 8000 respuestas de personas de todo el estado de Massachusetts. A nivel nacional, recopilamos más de 74 000 respuestas.



## Acceso libre

Creemos que la transparencia y el acceso son fundamentales para este trabajo de respuesta a la crisis, por lo tanto, pusimos todo el material a disposición del público, incluyendo los instrumentos de investigación, las tablas de datos y el conjunto de datos subyacente. Para obtener más información, visite:

[www.sloverlinett.com/cctt](http://www.sloverlinett.com/cctt)

# Metodología de la encuesta para Massachusetts

## Encuesta panel

- Nos asociamos con el Panel AmeriSpeak de NORC para recopilar respuestas de una muestra representativa de todos los residentes de MA.
- Recopilamos 507 respuestas con un sobremuestreo de asiáticos o isleños del Pacífico, negros o afroamericanos y personas de origen hispano o latino.
- Evaluamos estos datos para que fueran representativos de todos los residentes de MA.



## Encuesta según la lista de organizaciones

- Recopilamos 7309 respuestas a través de las listas de correo electrónico de organizaciones artísticas y culturales con sede en Massachusetts.
  - Noventa y una organizaciones de MA compartieron la encuesta con una parte de sus listas de correo electrónico.
- También hubo 617 respuestas provenientes de residentes de MA que respondieron a la encuesta a través de organizaciones que se encuentran fuera de MA.



## Muestra combinada (panel + lista) que representa a los residentes de MA en general

Combinamos los datos y evaluamos todo el conjunto de respuestas (n=7816) de manera que fueran representativas de todos los residentes de MA.

# RESUMEN EJECUTIVO

## En Massachusetts, las organizaciones artísticas y culturales son fundamentales para sus comunidades.

Los residentes de MA consideran que estas organizaciones son de vital importancia. Casi dos tercios de los residentes de MA (65 %) calificaron con un alto grado de importancia a las organizaciones artísticas y culturales. Esta cifra es muy superior a la nacional, que es del 56 %.

Y la mayoría considera que las organizaciones artísticas y culturales desempeñan un papel fundamental en el apoyo a sus comunidades. En abril de 2021, el 95 % de los residentes de MA recurrieron a las organizaciones artísticas y culturales en busca de apoyo en al menos una de estas tres áreas:



Desahogo emocional (84 %)



Conexión y aprendizaje (80 %)



Ayuda Práctica (58 %)

Pero existe una brecha entre esas esperanzas de apoyo comunitario y aquello que los residentes observaron. Solo un tercio de los residentes de MA (35 %) consideró que las organizaciones artísticas y culturales brindaron apoyo a sus comunidades durante la pandemia.

## El arte y la cultura están profundamente integradas en la vida de los ciudadanos de Massachusetts en una infinidad de maneras.

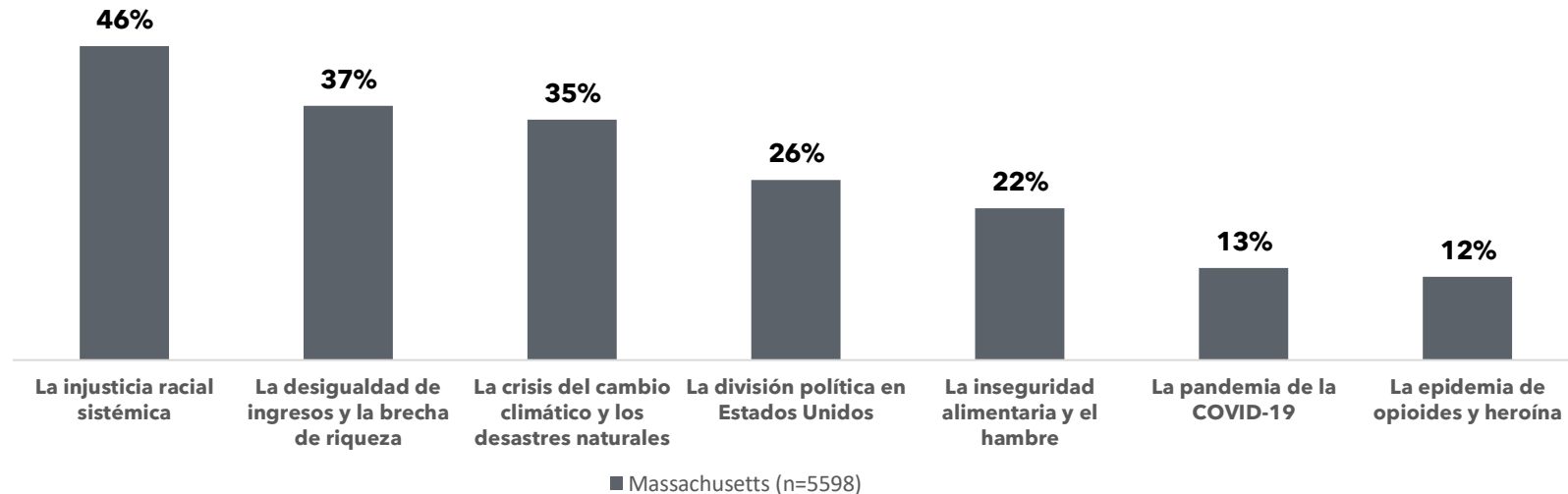
El porcentaje de participación de los residentes de MA es mayor que el de los estadounidenses en general, tanto en las actividades artísticas y culturales en línea como en las comunitarias o participativas.

- El 93 % de los residentes de MA realizó *actividades creativas personales* durante la pandemia (contra el 96 % de la población de Estados Unidos).
- El 74 % de los residentes de MA participó en actividades artísticas y culturales en línea durante la pandemia (contra el 64 % de la población estadounidense).
- El 96 % de los residentes de MA realizó una o más actividades artísticas y culturales de manera presencial en los últimos años (contra el 96 % de la población estadounidense).
- El 57 % de los residentes de MA participó en actividades artísticas y culturales de forma comunitaria o colaborativa en los últimos años (contra el 45 % de la población de Estados Unidos).

# Más de tres cuartas partes de los residentes de MA (77 %) desea que las organizaciones artísticas y culturales aborden temas sociales.

El 46 % de los encuestados consideró que la injusticia racial sistémica era el tema principal que las organizaciones artísticas y culturales debían abordar, seguido por la desigualdad de ingresos con un 37 % y el cambio climático con un 35 %.

**¿QUÉ TEMAS SOCIALES DEBERÍAN ABORDAR LAS ORGANIZACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES?**



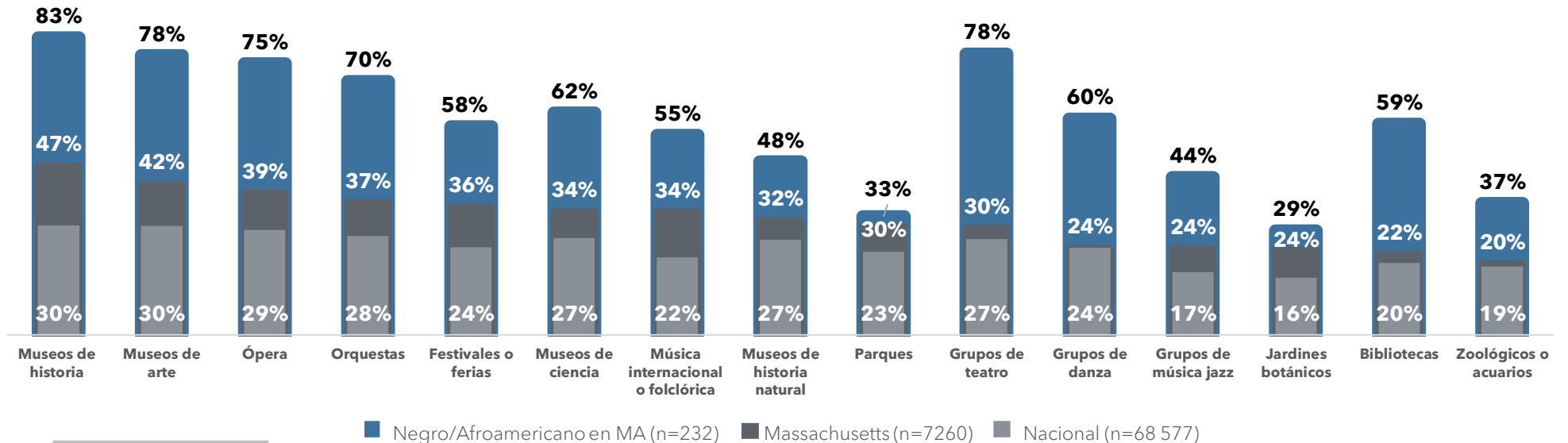
P48. ¿Cuál de los siguientes temas sociales (si aplican) considera que deberían abordar las organizaciones artísticas o culturales? Seleccione un máximo de TRES opciones o responda con sus propias palabras.



## Una minoría considerable de residentes en MA considera que el racismo sistémico está presente en las organizaciones artísticas y culturales, en mayor proporción que el conjunto de los estadounidenses.

La **mayoría de los negros/afroamericanos** de MA considera que el racismo sistémico está presente en todos los ámbitos, en comparación con los residentes de MA en general, a veces hasta el doble.

### PERCEPCIONES SOBRE LA EXISTENCIA DE RACISMO SISTÉMICO EN ORGANIZACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES



P26. Según lo visto o escuchado, ¿considera que el racismo sistémico está presente en cada una de los tipos de organizaciones que se indican a continuación? (Casilla 2 superior: aquellos que seleccionaron "Totalmente de acuerdo")

## La mayoría de los residentes de MA quieren que las organizaciones artísticas y culturales cambien para ser más relevantes y reflejar sus comunidades.

Luego de un año de pandemia, casi todos los residentes de MA (92 %) deseaban percibir cambios entre las organizaciones artísticas y culturales del estado (comparado con el 89 % a nivel nacional). Hay **cuatro tipos principales de cambios** que desean las personas en MA:



Accesos y obras nuevas (76 %)



Equidad e inclusión (61 %)



Pertenencia y acogida (57 %)



Arraigo en la comunidad (49 %)

Además, dos tercios de los residentes en MA manifestaron su deseo de que las organizaciones artísticas y culturales colaboren más intensamente en la programación con sus comunidades.

## Las ofertas digitales en MA tienen el potencial de ampliar y diversificar las audiencias.

Durante la pandemia de la COVID-19, numerosas organizaciones artísticas y culturales adoptaron la programación en línea para mantener sus relaciones con los visitantes o asistentes.

Descubrimos que, para la mayoría de estas organizaciones en MA, las ofertas digitales expandieron el alcance de la organización al atraer a personas en línea que no habían visitado previamente ese tipo de organizaciones en persona en los últimos años. El porcentaje de usuarios digitales que no habían estado recientemente de forma presencial osciló entre un máximo del 77 % de las audiencias en línea para la música internacional y un mínimo del 20 % para los zoológicos y los acuarios.

Además, en muchos formatos artísticos o categorías culturales, ese subconjunto de usuarios “solo digitales” en MA era bastante más diverso demográficamente que aquellos que asistieron recientemente en persona, con una proporción significativamente mayor de hispanos/latinoamericanos en muchos géneros y de negros/afroamericanos en unos cuantos géneros.

## Las ofertas digitales reciben un mayor reconocimiento por su accesibilidad en cuanto al precio y su capacidad para conectar a la gente con artistas y lugares lejanos.

Una mayor cantidad de residentes en MA ha pagado por contenidos artísticos y culturales en línea (38 %) en comparación con los estadounidenses en general (26 %). En cuanto a la valoración de los contenidos en línea, descubrimos la importancia de la proximidad:

- El 66 % valora los contenidos de artistas/organizaciones en otros lugares que normalmente no verían en persona.
- El 42 % valora los contenidos de artistas/organizaciones locales.
- El 41 % valora los contenidos de las organizaciones que ya conoce.

A pesar del valor que aportan los contenidos artísticos y culturales digitales, la mayoría de los habitantes de MA (68 %) prevé que en el futuro preferirá las actividades artísticas y culturales presenciales a las ofertas en línea. Un dato interesante es que los encuestados hispanos y latinos tienden a preferir las actividades en línea (un 36 % frente a un 9 % en general) que otros grupos raciales o étnicos en MA.

## ÁREAS DE OPORTUNIDAD ACCIONABLES

Incluimos un conjunto de preguntas de reflexión como herramienta para iniciar el debate sobre las áreas de activación en su organización.

# 1 Analice de qué manera puede apoyar activamente a todos los participantes para que se sientan acogidos en su espacio

## ***Su contexto actual***

- ¿Qué medidas adopta para que la gente se sienta acogida en su espacio y sus programas? ¿Los atributos de la bienvenida están presentes en todas las experiencias que ofrece o solo en el momento del ingreso?
- ¿Hace cuánto tiempo conversó con sus participantes, asistentes, visitantes, etc. sobre la sensación de ingresar y moverse por su espacio? ¿Qué ocurre con las personas que no asisten y aquellas que aún no son usuarios? ¿Qué opinaron sobre el sentimiento de acogida... o sobre lo contrario?
- ¿Dispone de mecanismos claros y sencillos para que la gente comparta sus experiencias? ¿Se presta atención seriamente a los comentarios y se actúa en consecuencia con empatía y creatividad?

## ***Activos y bloqueos***

- ¿Existen apoyos estructurales o impedimentos para la bienvenida que valga la pena reexaminar, por ejemplo, su ubicación en la comunidad, la arquitectura o la disposición de su espacio, o la demografía o la formación de su personal o voluntarios?

## 2. Analice cómo podría aumentar su apoyo a los temas sociales que son importantes para su comunidad

### *Su contexto actual*

- ¿Tiene su organización la voluntad de abordar uno o más temas sociales específicos, no solo como algo secundario, sino como parte de su misión y programación artística/cultural? Y, ¿tiene la capacidad de hacerlo? ¿Qué necesitaría aprender y mejorar?
- ¿Existe cierta preocupación en su organización por la idea de abordar temas sociales o contribuir al cambio en la comunidad? ¿Qué tipo de diálogo sería necesario y qué partes interesadas deben estar presentes?

### *Activos y bloqueos*

- ¿Qué temas o desafíos son los más importantes para su comunidad, o mejor dicho, para las comunidades específicas de su zona? ¿Qué tipo de diálogos ya se mantienen sobre estos temas y qué organizaciones están trabajando en ellos a nivel local, nacional o internacional?
- ¿Cómo puede apoyar y aprovechar las acciones de otras organizaciones en su comunidad?
- ¿De qué manera ha trabajado con los miembros de su comunidad en relación con los temas sociales?

### 3. ¿Cómo continúa (o comienza) el proceso para convertirse en una organización antirracista?

#### ***Su contexto actual***

- ¿Se esfuerza actualmente su organización por ser más equitativa? ¿Qué lenguaje utiliza cuando habla sobre estos imperativos? Y, ¿cuánta importancia tienen en la organización?
- ¿Dispone de medios para conocer si sus participantes/audiencias/comunidad perciben el racismo sistémico en su organización? ¿Dispone de mecanismos para investigar y abordar cualquier experiencia de racismo que pueda darse entre el personal, el público, los visitantes o los miembros de la comunidad?

#### ***Activos y bloqueos***

- ¿Cómo reconocieron usted y sus colegas la historia y las prácticas de racismo sistémico en su organización en el pasado? ¿Y en cuanto a la historia y las prácticas en su forma de arte o categoría institucional?
- ¿Se establecieron objetivos claros para su camino hacia la equidad o el antirracismo, por ejemplo, dentro de un año, cinco años o diez años? ¿Se miden los progresos de forma coherente y se comparte esa información con la comunidad, los partidarios y los socios?



## 4. Reflexione sobre las asociaciones comunitarias existentes y considere cómo fortalecer o expandir este trabajo

### *Su contexto actual*

- ¿Cómo colabora actualmente su organización con los miembros de la comunidad?
- ¿Con qué frecuencia hablan usted y sus colegas sobre la creación conjunta con la comunidad y en qué ámbitos lo llevan a cabo?
- ¿Respetan y potencian la equidad en sus colaboraciones a través de la toma de decisiones compartida, el respeto y el reflejo de las prioridades comunitarias de base?

### *Activos y bloqueos*

- ¿Qué organizaciones y personas de su comunidad realizan una gran labor que le gustaría respaldar, expandir y conocer? ¿Existen varias empresas, más grandes o más pequeñas que la suya, que podrían constituir una asociación mayor que la suma de sus partes? ¿Qué capacidades únicas aportarían usted y su organización a dicha colaboración? ¿Qué aportarían los demás?
- ¿De dónde provienen los beneficios de sus colaboraciones? Si existe una diferencia en cuanto al tamaño, ¿los beneficios se destinan a la organización más pequeña o a la más grande?

## 5. Considere de qué manera las ofertas digitales podrían ampliar y diversificar la participación en su organización

### *Su contexto actual*

- ¿En qué medida la demografía del público o de los participantes ha reflejado la diversidad de su ciudad, comunidad o región? ¿Difieren los datos demográficos de los asistentes que acuden en persona respecto a los de sus usuarios en línea?
- ¿Qué tipo de programación en línea ha proporcionado? ¿Piensa en la posibilidad de seguir proporcionando todo o parte de esto de cara al futuro?

### *Activos y bloqueos*

- ¿De qué manera equilibra el ideal de ofrecer experiencias digitales gratuitas o asequibles con la necesidad de cubrir los costos y el tiempo de producción de esas experiencias? ¿Constituye lo digital una fuente de ingresos para su organización? ¿Debería serlo?
- ¿Se piensa en su organización en lo digital como un medio para la participación en persona? ¿O la participación en línea es una forma valiosa de conexión, incluso si nunca resulta en una participación en persona?
- ¿Qué tipo de apoyo externo, ya sea financiación de subvenciones, asistencia técnica, etc., le permitiría continuar con su oferta en línea tras la pandemia en los próximos años e incluso innovar y ampliar en este ámbito?

Agradecemos a la Fundación Barr su generoso apoyo a esta investigación y a nuestro *experimentado* grupo de asesores por su tiempo, sus ideas y su sabiduría.

#### Equipo del programa artístico de la Fundación Barr

- San San Wong, Alexandra Juckno, SueEllen Kroll y Giles Li

#### Asesoramiento del proyecto:

- Katrina Bledsoe, PhD | Experta en Equidad, Diversidad e Inclusión

#### Miembros del grupo asesor

- Barbara Bacon | Americans for the Arts
- Bora Chiemruom | Lowell Telemedia Center (LTC)
- Kara Elliott-Ortega | Oficina de Arte y Cultura de la Alcaldía, ciudad de Boston
- David Howse | Escuela de artes Emerson
- Margaret Keller | Community Access to the Arts (CATA)
- Emily Ruddock | Mass Creative
- Margo Saulnier | New Bedford Creative
- Anh Vu Sawyer | Coalición del Sudeste Asiático de Massachusetts
- Siddhartha Shah | Museo Peabody Essex
- Rosario Ubiera-Minaya | Amplify Latinx

# Apéndice: Metodología

# Metodología de la encuesta para comparaciones nacionales

## Encuesta panel

- También nos asociamos con el Panel AmeriSpeak de NORC para recopilar respuestas de una muestra representativa de todos los residentes estadounidenses.
- Recopilamos 3617 respuestas con un sobremuestreo de 750 personas incluidas las de raza negra o afroamericana, las de origen hispano o latino y las de bajos ingresos.
- Evaluamos estos datos para que fueran representativos de toda la población estadounidense.



## Encuesta según la lista de organizaciones

- Un total de 532 organizaciones artísticas y culturales que participaron distribuyeron la encuesta a una parte de sus listas de correo electrónico. En total, la encuesta llegó a 2.1 millones de personas y se obtuvieron 74 742 respuestas completas.
  - Entre las áreas de interés de la organización se encuentran las siguientes: Museos (36 %), Música (15 %), Teatro y comedia (11 %), Arte y cultura en las comunidades (11 %), Parques, zoológicos y jardines botánicos (5 %) y Bibliotecas (4 %).



## Muestra combinada (panel + lista) que representa a los residentes estadounidenses en general

Evaluamos todas las respuestas obtenidas en las listas y en el panel (n=78 359) para que fueran representativas de la población general de Estados Unidos.