

Rúbricas para Thrive y Elevate para organizaciones sin fines de lucro



**Economic
Development**
CITY OF AUSTIN

Prioridades de financiación

Elevate/Thrive - Se dará prioridad a:

- Organizaciones que sirven y son responsables ante las comunidades que corren un **riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento en Austin**. (Por ejemplo, comunidades negras/afroamericanas, nativas americanas, asiáticas, hispanas/latinas, del Medio Oriente y de las Islas del Pacífico).
- Organizaciones representativas de **comunidades que sufren otras formas de marginación institucional**. (Por ejemplo, comunidades LGBTQIA+ o de discapacitados).
- Organizaciones que encarnan un compromiso con la equidad a través de la representación en el liderazgo y el desarrollo de programas.
- **Organizaciones que se han enfrentado a barreras sistémicas para obtener activos institucionales.**
- **Organizaciones que muestran una necesidad crítica de inversión significativa.**
- **Organizaciones preparadas para invertir en sostenibilidad a largo plazo.**

Desplazamiento cultural

El desplazamiento cultural se produce a través de cambios en los aspectos de un barrio que han proporcionado a los residentes de largo plazo un sentido de pertenencia y han permitido a los residentes vivir sus vidas de manera familiar. .

A medida que progresa la escala del cambio residencial, y las tiendas y servicios cambian para concentrarse en los nuevos residentes y los residentes que quedan pueden tener una sensación de desarraigo a pesar de estar físicamente en el barrio. Esto también puede reflejar el carácter racial o étnico cambiante del barrio, no solo su composición de clases.

Supresión cultural

La supresión cultural ocurre cuando, debido al desplazamiento cultural, desaparecen aspectos clave de los barrios que permiten a sus residentes actuales y futuros sentirse como en casa.

Los residentes actuales y futuros pierden acceso a las oportunidades del barrio y la escala del cambio suprime aspectos clave del barrio que permiten a los residentes sentirse en casa.

Principales grupos de interés

Los **grupos de interés clave** son las personas sumamente afectadas por su trabajo, que pueden ser su público, miembros de la comunidad y/o artistas y administradores participantes. Estos “principales grupos de interés” son identificados y nombrados por el solicitante.

A efectos de este programa, los principales grupos de interés que recibirán prioridad son grupos comunitarios que estén en riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento en Austin y/o hayan sido marginados en materia institucional y poco financiados por la División de Artes Culturales de la Ciudad de Austin. Cualquier referencia a los “principales grupos de interés” en la solicitud de un programa y en la rúbrica de puntuación se referirá a los grupos comunitarios que cumplen con esta definición y que han sido identificados directamente por el solicitante.

Rúbrica de puntuación de Thrive

| | |
|---|-----------|
| Grupos de interés clave y Misión creativa | 15 puntos |
| Historia de Servicio | 15 puntos |
| Liderazgo cultural | 30 puntos |
| Actividades culturales | 10 puntos |
| Interseccionalidad e inclusión | 10 puntos |
| Accesibilidad | 10 puntos |
| Accesibilidad lingüística | 10 puntos |
| Marketing | 10 puntos |
| Presupuesto | 10 puntos |
| Estado de institución cultural | 10 puntos |

Total

130 puntos



Rúbrica de puntuación de Elevate

| | |
|---|-----------|
| Grupos de interés clave y Misión creativa | 15 puntos |
| Historia de Servicio | 10 puntos |
| Liderazgo cultural | 15 puntos |
| Actividades culturales | 10 puntos |
| Interseccionalidad e inclusión | 10 puntos |
| Accesibilidad | 10 puntos |
| Accesibilidad lingüística | 10 puntos |
| Marketing | 10 puntos |
| Presupuesto | 10 puntos |

Total

100 puntos

Cosas que debe recordar

- Céntrese en el contenido de la propuesta y **no** en la habilidad de la organización para redactar la subvención.
- La puntuación debe hablar a las prioridades de los programas de subvención Elevate y Thrive.
- Los **Revisores** calificarán todas las secciones de la rúbrica con un conjunto de valores numéricos para cada opción de puntuación.
- **Por ejemplo:** Cuando califique la *Historia de Servicio*, usted introducirá ya sea 10, 7, 4 o 1 basado en la información proporcionada.

Grupos de interés clave y Misión creativa

Hasta 15 puntos

Identifique a sus grupos de interés clave y cómo los atiende a través de sus objetivos artísticos, su misión creativa y su experiencia en la producción de eventos públicos.

La respuesta de la organización debe incluir:

- Identificación de los grupos de interés clave de la organización (ver la definición en [Detalles adicionales del programa](#))
- Misión, visión y objetivos artísticos de la organización
- Trabajo de equidad operacionalizada dentro de la organización

15 puntos

Su misión, visión y objetivos artísticos **ESTÁN** arraigados en el **servicio a las comunidades que se encuentran en riesgo inmediato de supresión y desplazamiento cultural en Austin** y/o que han sido institucionalmente marginadas e subfinanciadas por la División de Artes Culturales de la Ciudad de Austin.

Y la documentación provista demuestra que llegar a las comunidades desfavorecidas es fundamental para la misión de la organización.

10 puntos

Su misión, visión y objetivos artísticos **ESTÁN** arraigados en el **servicio a comunidades que han experimentado otras formas de marginación** institucional y que han recibido una financiación insuficiente de la División de Artes Culturales de la Ciudad de Austin.

Y la documentación provista **SÍ** demuestra que llegar a las comunidades desfavorecidas es fundamental para la misión de la organización.

1 punto

Su misión, visión y objetivos artísticos **NO ESTÁN** están arraigados en el servicio a las comunidades que se encuentran en riesgo inmediato de supresión y desplazamiento cultural en Austin y/o que han sido institucionalmente marginadas e subfinanciadas por la División de Artes Culturales de la Ciudad de Austin.

O la documentación provista **NO** demuestra que llegar a las comunidades desfavorecidas sea fundamental para la misión de la organización .

Grupos de interés clave y Misión creativa - 15 puntos

Su visión y misión artísticas **SE** basan en **servir a las comunidades que corren un riesgo inmediato de supresión y desplazamiento en Austin** y/o que han sido marginadas institucionalmente y financiadas insuficientemente por la División de Artes Culturales de la ciudad de Austin.

Y la documentación provista demuestra que llegar a las comunidades desfavorecidas es fundamental para la misión de la organización.

Misión: Mission Afro-Latina es un espacio donde los artistas pueden eliminar barreras y entablar diálogos abiertos en torno a la historia, la identidad y temas importantes de nuestro tiempo.

Visión creativa: Mission Afro-Latina ve un mundo donde el color de la piel y la herencia no son los principales determinantes del acceso a las artes y el éxito en las carreras artísticas; y **donde la herencia afro-latina, las formas de arte y la historia se celebran por sus contribuciones únicas a nuestras muchas culturas.**

Historia de la producción: **Nuestros principales integrantes son en su mayoría artistas BIPOC y miembros de la comunidad. Mission Afro-Latina cuenta con un amplio historial de exposiciones y programación que destaca una vasta colección de obras de comunidades latinas, afro-Latinas, del y de la diáspora.**

(Si el panel revisa la narrativa anterior y también mira la muestra de trabajo de vídeo cargado - indica que Mission Afro-Latina está llegando a las comunidades desfavorecidas es fundamental para su misión, por lo que esta organización obtiene los 15 puntos).

Grupos de interés clave y misión creativa - 10 puntos

Su visión/misión artística **se basa en servir a comunidades que han sufrido otras formas de marginación institucional** y que no han recibido suficiente financiación de la División de Artes Culturales de la Ciudad de Austin.

Y la documentación aportada **SÍ** demuestra que llegar a las comunidades desfavorecidas es fundamental para la misión de la organización.

Alphabeter Arts **ofrece actualmente un espacio seguro y afirmativo para que LGBTQIA+ y sus aliados** aprendan sobre la contribución de los queer a las artes y la música, a la vez que adquieren habilidades y competencias para sus carreras artísticas en Austin. Todos los servicios y eventos existen para apoyar estos valores y misión, y los fondos se utilizarán para continuar con los esfuerzos de difusión y marketing en los distintos entornos que ocupa ABC Records.

Misión: Alphabeter Arts sirve para amplificar las voces y el talento de los artistas queer en Austin, y hace un espacio acogedor para 2SLGBTQIA + y sus aliados para aprender acerca de las carreras artísticas y las formas de amplificar sus voces al mundo.

(Se facilitan enlaces a sitios web, así como documentación y muestras de trabajo cargadas que demuestren su alcance a sus grupos de interés clave y que su trabajo se basa en su misión declarada).

Principales grupos de interés y misión creativa - 1 punto

Su visión/misión artística **NO SE BASA** en servir a las comunidades que corren un riesgo inmediato de supresión y desplazamiento cultural en Austin y/o que han sido marginadas institucionalmente y financiadas insuficientemente por la División de Artes Culturales de la Ciudad de Austin.

○ La documentación provista **NO** demuestra que llegar a las comunidades desfavorecidas sea fundamental para la misión de la organización.

VISIÓN: Utilizando las nuevas tecnologías, **las mujeres podrán alcanzar el éxito basado en el mérito** sin importar su edad, raza, situación familiar u orientación. Las generaciones futuras utilizarán y ampliarán estas **estrategias para hacer realidad la igualdad de género en un sector históricamente dominado por los hombres.**

MISIÓN Y CONSTITUCIÓN CLAVE: Nos comprometemos a **apoyar a las mujeres músicas (independientemente de su edad, raza, orientación o situación familiar)** que deseen aumentar sus ingresos y ampliar su audiencia.

(El grupo de interés clave de la organización no es uno de los grupos comunitarios prioritarios definidos en las Directrices para prosperar, las Directrices para elevar y Detalles adicionales del programa)

Historia de Servicio

Hasta 15 puntos en Thrive

Hasta 10 Puntos en organización sin fines de lucro de Elevate

¿Cómo ha satisfecho las necesidades de sus grupos de interés clave?

Su respuesta debe incluir:

- Su historial específico al servicio de grupos de interés clave.
- Su historia del establecimiento y las metas de servicio comunitario.
- Descripción de cómo ha mejorado directamente el acceso a las oportunidades de sus grupos de interés clave.
 - Ejemplos de creación de oportunidades:
 - funciones de liderazgo
 - empleos
 - servicios sociales
 - desarrollo profesional
 - networking
 - educación
 - mentores o asociaciones
 - ofrecer espacios gratuitos o de bajo costo

Historia de Servicio (Continuación) -PUNTUACIÓN DE THRIVE

Hasta 15 Puntos en THRIVE

¿Cómo ha satisfecho las necesidades de sus grupos de interés clave?

15 Puntos

La organización tiene, **desde su fundación**, un historial de servicio explícito a grupos de interés clave que **se encuentran en riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento en Austin.**

La respuesta describe claramente cómo la organización ha mejorado directamente el acceso a las oportunidades en estas comunidades.

10 Puntos

La organización tiene, **desde su fundación**, una historia de explícitamente servir a grupos de interés clave que **han experimentado otras formas de marginación institucional.**

La respuesta describe claramente cómo la organización ha mejorado directamente el acceso a las oportunidades en estas comunidades

5 puntos

La organización ha **evolucionado para servir** a estos grupos de interés clave, pero ese enfoque **no era esencial para su fundación.**

Ha provisto **pocas pruebas** de la mejora del acceso a las oportunidades dentro de estas comunidades.

1 Punto

La organización tiene una historia de servicio que busca **servir ampliamente a todas las comunidades.**

Y/O

La organización tiene un historial de servicio que apoya estos grupos de interés clave a través de una mentalidad caritativa .

Historia de Servicio (continuación) de organización sin fines de lucro ELEVATE

Hasta 10 Puntos en organización sin fines de lucro Elevate

¿Cómo ha satisfecho las necesidades de sus grupos de interés clave?

10 Puntos

La organización tiene, **desde su fundación**, un historial de servicio explícito a grupos de interés clave que **se encuentran en riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento en Austin.**

La respuesta describe claramente cómo la organización ha mejorado directamente el acceso a las oportunidades en estas comunidades.

7 puntos

Desde su fundación, la organización ha **atendido explícitamente a grupos de interés clave** que han **sufrido otras formas de marginación institucional.**

La respuesta describe claramente cómo la organización ha mejorado directamente el acceso a las oportunidades en estas comunidades

4 puntos

La organización ha **evolucionado para servir** a estos grupos de interés clave, pero ese enfoque **no era esencial para su fundación.**

Ha provisto **pocas pruebas** de la mejora del acceso a las oportunidades dentro de estas comunidades.

1 Punto

La organización tiene una historia de servicio que busca **servir ampliamente a todas las comunidades.**

Y/O

La organización tiene un historial de servicio que apoya estos grupos de interés clave a través de una mentalidad caritativa .

Historia de Servicio - **Thrive 15 Puntos**

Organización sin fines de lucro Elevate 10 Puntos

- La organización organización tiene, **desde su fundación**, una historia de servir explícitamente a los grupos de interés clave **que corren el riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento en Austin.**
- La respuesta describe claramente cómo la organización ha mejorado directamente el acceso a las oportunidades en estas comunidades.

El Violet Crown Center for Latino Arts fue fundado en **1977 por artistas y activistas comunidad con una visión compartida de promover, preservar y desarrollar las artes culturales que reflejen la viva tradición y experiencias de la gente Chicana, de América Central, América del Sur y del Caribe** y hacer accesibles las artes como elemento esencial para el desarrollo de la comunidad y el bienestar .

VCCLA ofrece a la comunidad un espacio para desarrollar nuevas habilidades artísticas, así como apoyar a los artistas locales y consagrados que sirven a su comunidad.

(La organización tiene, desde su fundación, un historial de servicio explícito a grupos de interés clave que están en riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento en Austin y describe cómo han mejorado directamente el acceso a las oportunidades para su comunidad, por lo que esta respuesta obtendría la máxima puntuación en cualquiera de los dos programas, como se muestra arriba.

Historia de Servicio -

Thrive 10 Puntos

Organizaciones sin fines de lucro Elevate 7 Puntos

- La organización organización tiene, **desde su fundación**, una historia de servir explícitamente a grupos de interés clave que **han experimentado otras formas de marginación institucional**.
- La respuesta describe claramente cómo la organización ha mejorado directamente el acceso a las oportunidades dentro de estas comunidades.

Fundada en 2015, BeautyBass cultiva y eleva las voces de LGBTQ+ y ofrece un espacio seguro para que el público queer y aliado se reúnan y expresen su creatividad única y su belleza. Somos una empresa de narradores de comunidades olvidadas en los medios de comunicación. Nuestro colectivo hace hincapié en elevar a los que tradicionalmente han quedado fuera de la cultura principal, compartir conocimientos para aumentar las oportunidades equitativas para los artistas LGBTQ+ y cambiar el paradigma de los medios de comunicación hacia una inclusión radical. Producimos eventos extravagantes en vivo y virtuales, y medios de comunicación como videos musicales, sesiones fotográficas editoriales y mucho más.

La organización sirve explícitamente a grupos clave que han sufrido otras formas de marginación institucional, y ha mejorado directamente el acceso a las oportunidades dentro de estas comunidades.

Historia de Servicio -

Thrive 5 Puntos

Organización sin fines de lucro Elevate 4 Puntos

- La organización organización ha **evolucionado para servir** a estos grupos de interés clave , pero ese enfoque no fue esencial para su fundación.
- Ha aportado pocas pruebas de la mejora del acceso a las oportunidades dentro de estas comunidades.

Durante más de 10 años, el trabajo de Austin Literary ha **mejorado** directamente **el acceso de todos los habitantes de Austin** a historias sobre nuestras múltiples culturas. **Con esta solicitud**, Austin Literary ampliará **este trabajo para contar la historia de los derechos civiles de nuestra ciudad**, proporcionando a nuestra comunidad una mayor comprensión del legado histórico mixto de los icónicos espacios naturales y construidos de Austin.

(La historia de servicio de la organización ha evolucionado para servir a los grupos en riesgo de supresión y desplazamiento cultural, pero este no era un objetivo en la fundación de la organización)

Historia de Servicio -

Thrive 1 punto

Organización sin fines de lucro Elevate 1 punto

La organización tiene una historia de servicio que busca **servir ampliamente a todas comunidades.**

Y/O

La organización tiene un historial de servicio que apoya a estos grupos de interés clave con una mentalidad caritativa.

Central Texas Arts Alliance (CTAA) proporciona ayuda financiera **para promover programas de arte y cultura que aumenten la concienciación, construyan puentes y unifiquen a todas las comunidades.** Nuestro objetivo es ser uno de los principales promotores de programas y proyectos artísticos y culturales en la Ciudad de Austin. Las organizaciones culturales y las artes son una parte fundamental de Austin y de nuestra calidad de vida. A través del arte y la cultura, nos unimos como un solo pueblo.

(La misión de la organización pretende servir ampliamente a todas las comunidades)

Liderazgo cultural -PUNTUACIÓN THRIVE

Hasta 30 puntos en Thrive

¿Quién **tiene poder de decisión** en su práctica creativa y cómo representa a sus grupos de interés clave **a través de su experiencia vivida**?

La respuesta de la organización podría incluir:

- Liderazgo ejecutivo y creativo
- Junta Directiva
- Personal de su organización
- Consejo Asesor/Asesores Creativos

30 puntos

La **MAYORÍA** del liderazgo administrativo y creativo de la organización tiene una comprensión cultural profundamente arraigada **Y** experiencia vivida dentro de **los grupos de interés clave que corren el riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento**

20 Puntos

La **MAYORÍA** del liderazgo administrativo y creativo de la organización tiene una comprensión cultural profundamente arraigada **Y** la experiencia vivida dentro de los grupos de interés clave que han experimentado **otras formas de marginación institucional.**

10 puntos

ALGUNOS de los dirigentes administrativos y creativos de la organización tienen una comprensión cultural profundamente arraigada

Y/O experiencia vivida dentro de los grupos de interés clave de su lista.

1 Punto

El liderazgo creativo y administrativo de la organización tiene una **relación de trabajo** con los grupos de interés clave **pero mínima o ninguna experiencia de vida** en estas comunidades

O la organización no proporciona una descripción clara de la función o funciones de liderazgo o de la relación o relaciones con los grupos de interés clave

Liderazgo cultural -Puntuación de organización sin fines de lucro ELEVATE

Hasta 15 Puntos en organización sin fines de lucro Elevate

¿Quién **tiene poder de decisión** en su práctica creativa y cómo representa a sus grupos de interés clave **a través de su experiencia vivida**?

La respuesta de la organización podría incluir:

- Liderazgo ejecutivo y creativo
- Junta Directiva
- Personal de su organización
- Consejo Asesor/Asesores Creativos

15 Puntos

La **MAYORÍA** del liderazgo administrativo y creativo de la organización tiene una comprensión cultural profundamente arraigada **Y** experiencia vivida dentro de **los grupos de interés clave que corren el riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento.**

10 Puntos

La **MAYORÍA** del liderazgo administrativo y creativo de la organización tiene un profundo conocimiento cultural **Y** experiencia vivida con grupos clave que han experimentado **otras formas de marginación institucional.**

5 Puntos

ALGUNOS de los líderes administrativos y creativos de la organización tienen una comprensión cultural profundamente arraigada **Y/O** una experiencia vivida en los principales grupos de interés de su lista.

1 Punto

La dirección creativa y administrativa de la organización mantiene una **relación de trabajo** con los grupos de interés clave **pero mínima o o ninguna experiencia vivida** en estas comunidades.

O La organización no proporciona una descripción clara de la función o funciones de liderazgo ni de la relación o relaciones con los grupos de interés clave

Liderazgo cultural -

Thrive 30 Puntos

Organización sin fines de lucro Elevate 15 Puntos

La **MAYORÍA** del liderazgo administrativo y creativo de la organización tiene una comprensión cultural profundamente arraigada **Y** la experiencia vivida por **grupos de población clave que corren el riesgo inmediato de ser suprimidos y desplazados culturalmente**

El fundador y director artístico de Q Latinx Arts, así como nuestra Junta Directiva, tienen el poder de decisión y confían en nuestro personal para tomar su visión y hacerla realidad.

Nuestra fundadora, Marianna de los Santos, junto con 6 de los 8 miembros de nuestra junta directiva, se identifican como creativos queer Latinx. Marianna, junto con 6 miembros del consejo, creció por debajo del umbral de la pobreza en Austin Texas. Nuestros 2 empleados, Mikki Garza y JJ Pérez, también crecieron en barrios del este de Austin que se estaban aburguesando rápidamente durante su adolescencia y crecieron sin mucho apoyo para sus identidades no binarias en sus familias y sistemas escolares. Estas **múltiples intersecciones y experiencias creciendo en Austin, permiten a nuestro equipo comprender una gama muy amplia de comunidades, centrándose principalmente en artistas Queer BIPOC en Austin.** Nosotros, , queremos servirles y crear espacios seguros de expresión y crecimiento.

(La propuesta hace referencia a sus grupos de interés clave de la pregunta anterior, describiendo cómo los representan, tienen experiencia vivida en estas comunidades, así como sus funciones de liderazgo y poder de decisión).

Liderazgo cultural -

Thrive 20 Puntos

Organización sin fines de lucro Elevate 10 Puntos

La **MAYORÍA** de los directivos administrativos y creativos de la organización tienen una comprensión cultural profundamente arraigada **Y** experiencia vivida dentro de grupos de interés clave que han experimentado **otras formas de marginación institucional**.

Galantica Theatre es una organización teatral sin fines de lucro cofundada por Gale Smith y Galena Jones. Gale y Galena comparten responsabilidades en la organización y son directores creativos y productores conjuntos del grupo. **Gale y Galena se identifican como mujeres con discapacidad.** En el pasado, Gals Gallery Theatre ha podido contratar a colaboradores creativos que han contribuido a su historia de producción. **En particular, Galantica Theatre contrató a la coreógrafa, Galaxie Adams, que se identifica como mujer queer con discapacidades.**

(La propuesta continúa definiendo las funciones de los líderes clave y cómo representan a sus grupos de interés clave que han sufrido otras formas de marginación institucional.)

Liderazgo cultural - Thrive 10 Puntos

Organización sin fines de lucro Elevate 5 Puntos

ALGUNOS de los líderes administrativos y creativos de la organización tienen una comprensión cultural profundamente arraigada

Y/O una experiencia vivida en los principales grupos de interés de su lista.

Neuro D Legends representa a artistas neurodivergentes de diversos orígenes que tienen su hogar en Austin. Somos músicos, artistas, maestros, residentes con bajos ingresos y padres. **Queremos ayudar a artistas neurodivergentes de todo tipo. Ampliamos las oportunidades artísticas de las personas con estilos de vida neurodivergentes, que algunos denominan “discapacidades”.**

El 40% de nuestra junta directiva incluye miembros de la comunidad artística de Austin. Muchos son artistas maestros y músicos.

(Aunque su grupo de interés clave son los artistas neurodivergentes, no está claro si la junta directiva o el personal tienen experiencia de vida en estos grupos).

Liderazgo cultural -

Thrive 1 Punto

Organización sin fines de lucro Elevate 1 Punto

El liderazgo creativo y administrativo de la organización mantiene una **relación de trabajo** con los grupos de interés clave, **pero su experiencia de vida** en estas comunidades es **mínima o nula**.

O La organización no proporciona una descripción clara de la función o funciones de liderazgo ni de la relación o relaciones con los grupos de interés clave

El Museo del Espectáculo cuenta con dos curadores que dirigen todas las operaciones, así como con cuatro miembros del personal de la galería. Nuestros curadores han sido miembros clave de la escena de las artes visuales de Austin desde 2012. Llevan facilitando los eventos y exposiciones del museo desde 2014. En 2020 el museo abrió una nueva galería y una tienda de regalos. El museo existe como lugar de encuentro para la comunidad, 7 días a la semana, 340 días al año. Nuestro personal tiene profundos lazos con la comunidad y el corazón cultural de Austin.

(La propuesta no describe cómo los líderes han vivido la experiencia dentro de los grupos de interés clave a los que sirven).

Actividades culturales

Hasta 10 Puntos

¿Cuál es la actividad pública que propone?

Su respuesta debe abordar:

- Descripción de las actividades propuestas (quién, qué, cuándo, dónde)
- Resultado o impacto deseado de las actividades propuestas, incluida la forma en que se centra la equidad.
- Cómo participan los principales grupos de interés en el desarrollo de las actividades

10 Puntos

La organización describe claramente el evento que propone.

La propuesta se centra en contenidos desarrollados por y para grupos clave que corren el riesgo inmediato de supresión y desplazamiento cultural en Austin.

La propuesta servirá a estas comunidades y será responsable ante ellas.

La equidad, desde la fundación de la organización, es una parte esencial de las actividades propuestas y tendrá beneficios grandes/permanentes para estas comunidades.

7 Puntos

La organización describe claramente el evento que propone.

La propuesta centra el contenido desarrollado por y para grupos de interés clave que han experimentado otras formas de marginación institucional.

La propuesta servirá a estas comunidades y será responsable ante ellas.

La equidad desde la fundación de la organización, es una parte esencial de las actividades propuestas y tendrá beneficios grandes/permanentes para estas comunidades.

4 Puntos

La organización describe el evento propuesto, pero proporciona pocos detalles.

La propuesta incluye contenidos para los grupos de interés clave de Austin, pero no ha sido elaborada por estos grupos o no es responsable ante ellos.

La equidad es una consideración, pero no está plenamente integrada o representada en la propuesta, pero tendrá beneficios para estas comunidades.

1 Punto

La organización no describe lo suficiente el evento propuesto.

La equidad no forma parte de la propuesta

O se considera la equidad pero es probable que sus beneficios sean mínimos.

Actividades culturales - 10 puntos

La organización describe claramente el evento que propone.

La propuesta se centra en el contenido desarrollados por principales grupos de interés que están en riesgo inmediato de supresión y desplazo cultural en Austin. La propuesta servirá a estas comunidades y será responsable ante ellas.

La equidad, desde la fundación de la organización, es una parte esencial de las actividades propuestas y tendrá beneficios grandes/permanentes para estas comunidades

Se solicitan fondos para apoyar nuestro Festival anual de Artes Marciales Africanas de la Sociedad de Historia Africana, **producido por expertos en artes marciales africanas para mostrar una amplia gama de artes marciales africanas, de la diáspora africana y del sur de Asia.** Este taller reunirá talentos artísticos de diversas tradiciones. Estará abierto al público y será accesible a todos los niveles de destreza. **Como hemos hecho desde que comenzamos este festival, se hará especial hincapié en acoger a jóvenes, personas de color y mujeres.**

(La propuesta detalla el festival de tres días y destaca los artistas que representan a los principales grupos de electores y las actividades que tienen lugar durante el evento. La equidad es una parte esencial de las actividades propuestas).

Actividades culturales - 7 puntos

La organización describe claramente el evento que propone.

La propuesta centra el contenido desarrollado por y para los principales grupos de interés que han experimentado otras formas de marginación institucional. La propuesta servirá a estas comunidades y será responsable ante ellas.

La equidad, desde la fundación de la organización, es una parte esencial de las actividades propuestas y aportará beneficios importantes y duraderos a estas comunidades

Strings for All ofrecerá **4 presentaciones de instrumentos de cuerda en vivo en las que se mostrará el talento de composición y musical de la comunidad de ciegos y con deficiencias visuales de Austin.** Austin's School for the Blind es un patrocinador de pago de nuestra organización y nos ayuda a difundir las presentaciones.

(La propuesta describe el evento y destaca a los compositores e intérpretes de su grupo clave, que han sufrido marginación debido a su discapacidad. La solicitud tiene un vídeo en el que el fundador ciego habla de que estas presentaciones proporcionan beneficios duraderos a estos artistas, a sus familias y a las comunidades de ciegos y con deficiencias visuales que disfrutan de ellas. La equidad es una parte esencial de las actividades propuestas).

Actividades culturales - 4 puntos

La organización describe el evento propuesto, pero proporciona pocos detalles.

La propuesta incluye contenidos para los grupos de interés clave de Austin, pero no ha sido elaborada por estos grupos o no es responsable ante ellos.

La equidad es una consideración, pero no está plenamente integrada o representada en la propuesta, pero tendrá beneficios para estas comunidades.

El espectáculo anual “Be a Drag” de Drag Empire captura comentarios sobre los problemas a los que se enfrenta la comunidad LGBTQIA+ a través de la fotografía. El proyecto presenta retratos de artistas drag locales de Austin, así como citas de los artistas sobre el reciente discurso político en torno a su comunidad. **Drag Empire espera que la serie arroje luz e invite a un diálogo abierto sobre los problemas actuales a los que se enfrenta la comunidad queer.**

(La propuesta no indica si los responsables de la toma de decisiones de la organización tienen experiencia de vida dentro del grupo de interés clave al que sirven, ni si incluyen a los participantes del proyecto procedentes de estas comunidades en el proceso de toma de decisiones curatoriales. Los detalles del evento son vagos).

Actividades culturales - 1 punto

La organización no describe suficientemente el evento propuesto.

La equidad no forma parte de la propuesta

O se considera pero es probable que tenga beneficios mínimos.

Austin Comedy Festival, una organización sin fines de lucro 501c3, opera nuestro local 6 días a la semana. La subvención nos permitiría llegar más ampliamente a la comunidad de Austin. Atraemos turistas a nuestros espectáculos gracias a nuestra asociación con un hotel vecino.

(La organización no describe suficientemente su actividad propuesta y no se aborda la equidad).

Interseccionalidad e inclusión

Hasta 10 puntos

Describe cómo se incorpora la interseccionalidad en sus actividades

Kimberlé Williams Crenshaw acuñó el término interseccionalidad. La interseccionalidad es cuando diferentes partes de la identidad de una persona, como su raza, clase y género, pueden superponerse y dar lugar a que esa persona experimente retos especiales o discriminación que son exclusivos de su experiencia vivida.

Su respuesta debe incluir:

- Identifique las identidades interseccionales que participan en sus actividades
- Cómo se incluyen esas identidades en la creación y presentación de sus actividades

10 puntos

La interseccionalidad es un componente clave de esta propuesta.

La propuesta nombra las identidades interseccionales cuyas voces intervienen desde el principio.

La propuesta se centra en personas de comunidades que corren un riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento en Austin así como otras formas de marginación.

5 puntos

La interseccionalidad se tiene en cuenta, pero no es un componente clave de la propuesta.

La propuesta nombra identidades interseccionales o puede inferirse.

La propuesta intenta ser inclusiva o interseccional, pero implica a las voces de la comunidad tarde en el proceso proceso.

1 punto

La propuesta pretende **servir ampliamente a todas las comunidades** y/o no nombra ni se pueden deducir las identidades interseccionales de las comunidades a las que sirve.

O, la propuesta contiene riesgo de tokenismo o apropiación cultural.

Interseccionalidad e inclusión - 10 puntos

La interseccionalidad es un componente clave de esta propuesta.

La propuesta nombra las identidades interseccionales cuyas voces intervienen desde el principio.

La propuesta centra a las personas de las comunidades que están en riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento en Austin, así como otras formas de marginación.

Durante más de 15 años Indigenous Trans Femme Arts (ITFA) ha organizado **programación que se centra en y destaca a las artistas indígenas, proyectos ejecutivos dirigidos por Artistas trans mujeres indígenas y proporcionó apoyo directo a Indígenas trans.**

Interseccionalidad de inclusión - 5 puntos

La interseccionalidad se tiene en cuenta, pero no es un componente clave de la propuesta.

La propuesta nombra identidades interseccionales o puede inferirse.

La propuesta intenta ser inclusiva o interseccional, pero implica a las voces de la comunidad al final del proceso.

Grackle Collective muestra la interseccionalidad en el contenido de su programación, en la diversidad de la organización que la presenta y en su público. Nuestra **programación aborda específicamente contenidos y cuestiones relacionados con la raza, la clase social, el sexo y las discapacidades, además de temas e historias únicos relacionados con cuestiones sociales.**

(La organización no nombra directamente las identidades interseccionales, pero las identidades pueden deducirse de otras secciones de la solicitud. La organización considera la interseccionalidad, pero no está claro cómo se centra en sus actividades).

Interseccionalidad e inclusión - 1 punto

La propuesta pretende servir ampliamente a todas las comunidades y/o no nombra ni se pueden inferir las identidades interseccionales de las comunidades a las que sirven.

O, la propuesta contiene riesgo de tokenismo o apropiación cultural.

El programa comunitario de boletos gratuitos de la Ópera Rose ofrece a todos la oportunidad de asistir a representaciones de ópera sin costo alguno. Esta nueva iniciativa permite a todos acceder a obras de arte de alta calidad, independientemente de su capacidad de pago. Dado que se centra en las comunidades desfavorecidas y de bajos ingresos, y mediante asociaciones con organizaciones de salud y servicios humanos, la Ópera Rose ofrecerá boletos gratuitos para las presentaciones durante toda la temporada.

(La organización presta servicios en general a todas las comunidades y no enumera las identidades interseccionales a las que presta servicios/en las que participa)

Accesibilidad para personas con discapacidades

Hasta 10 puntos

Describe las adaptaciones especializadas y/o la programación para personas con discapacidades que tiene previsto ofrecer en las actividades propuestas, en su caso.

Su respuesta debe abordar:

- Servicios o adaptaciones específicos que prestará
- Nombre del proveedor de servicios capacitado y/o participación de un profesional capacitado en la administración de los servicios o la adaptación

Las adaptaciones de accesibilidad “solo a petición” no se consideran especializadas.

Organizar actividades en una instalación accesible según la ADA, por sí solo, tampoco se considera especializado.

Ver [Detalles adicionales del programa](#) para más información sobre recursos de Accesibilidad

10 puntos

Las actividades propuestas incluyen adaptaciones o servicios profundos e impactantes para las personas con discapacidades e **incluyen la participación de profesionales capacitados.**

5 puntos

Las actividades propuestas proporcionan cierto acceso ampliado a la ADA, pero no existe un plan claro de aplicación o los servicios no son prestados por un profesional capacitado

1 punto

Las actividades propuestas **no** amplían el acceso a la ADA más allá de los requisitos de accesibilidad exigidos a nivel federal.

Accesibilidad - 10 puntos

Las actividades propuestas incluyen adaptaciones o servicios profundos e impactantes para las personas con discapacidades, e **incluyen la participación de profesionales capacitados**

Históricamente, Deaf Slam ha contado y sigue contando con personal y miembros de la junta directiva para ofrecer traducción al lenguaje americano de señas en todo momento. Deaf Slam se encuentra en un espacio accesible a la ADA y garantiza que toda la programación sea accesible a la ADA. **También tenemos un historial de trabajo con miembros de la comunidad que necesitan servicios de apoyo adicionales. Nuestro gerente de educación está capacitado en el desarrollo e implementación que apoya a los participantes con distintas capacidades cognitivas.**

(La organización incluye adaptaciones para personas con discapacidades y recurre al menos a un profesional capacitado que pueda ayudar a participantes con distintas capacidades cognitivas)

Accesibilidad - 5 puntos

Las actividades propuestas proporcionan cierto acceso ampliado a la ADA, pero no existe un plan claro de aplicación o los servicios no son prestados por un profesional capacitado

Para nosotros es sumamente importante que este evento se adapte a cualquier persona de la comunidad de discapacitados. Solo elegiremos un lugar que sea accesible en silla de ruedas y que disponga de amplios pasillos en la galería por los que desplazarse. Si alguien que se identifique como discapacitado visual quiere participar en nuestro evento, **tendremos voluntarios para asistirle** en el espacio desde todo a ayudarles a obtener comida, encontrar un lugar cómodo para sentarse para la música y nos encantaría hablarles de algunas de las obras y escuchar cómo experimentan el arte y lo que significa para ellos.

(No hay un plan claro de aplicación y no está claro si participan proveedores de servicios capacitados)

Accesibilidad - 1 punto

Las actividades propuestas **no** proveen acceso ampliado a la ADA más allá de los requisitos de accesibilidad exigidos a nivel federal.

Nuestra organización se compromete a garantizar que todos tengan acceso a las artes, incluidas las personas con discapacidades. **Trabajamos para que nuestros programas e instalaciones sean accesibles.**

(La organización de actividades en instalaciones accesibles según la ADA no se considera una adaptación especializada. No se ofrece una descripción clara de los servicios).

Accesibilidad para las comunidades que no hablan inglés

Hasta 10 puntos

Describa las adaptaciones lingüísticas especializadas o la programación para las comunidades que no hablan inglés que tiene previsto ofrecer en la actividad propuesta, de haber alguna.

Su respuesta debe abordar:

- Servicios o adaptaciones específicos que prestará (incluido(s) el/los idioma(s) en que se prestarán)
- Participación de un profesional capacitado en la administración de servicios o adaptaciones

Adaptaciones de accesibilidad que son “solo a petición” no se consideran servicios especializados

10 puntos

Las actividades propuestas incluyen adaptaciones o servicios especializados para comunidades que no hablan inglés e **incluyen la participación de profesionales capacitados.**

5 puntos

Las actividades propuestas proporcionan cierto acceso a lenguaje ampliado, pero no existe un plan claro de implementación **y/o** los servicios no son prestados por profesionales formados o los servicios no son prestados por un profesional capacitado.

1 punto

Las actividades propuestas no proporcionan adaptaciones o servicios especializados para comunidades que no hablan inglés.

Accesibilidad para las comunidades que no hablan inglés - 10 puntos

Las actividades propuestas incluyen adaptaciones o servicios especializados para comunidades que no hablan inglés **incluyen la participación de profesionales capacitados.**

Arts Access Texas es una organización sin fines de lucro con sede en Austin que transforma la vida de las personas con discapacidades a través de la creación artística. Con cinco programas básicos y otros proyectos especiales, atendemos a más de 6,000 personas al año.

Además, el evento Art Access Texas ofrece ahora **intérpretes certificados en lenguaje de señas estadounidense, lenguaje de señas mexicano, lenguaje de señas español y español.** Tenemos previsto seguir ampliando estos recursos de acceso lingüístico.

(La organización proporciona intérpretes certificados a las comunidades que no hablan inglés)

Accesibilidad para las comunidades que no hablan inglés - 5 puntos

Las actividades propuestas proporcionan cierto acceso a lenguaje ampliado, pero no existe un plan claro de implementación **y/o** los servicios no son prestados por un profesional capacitado.

Un intérprete voluntario estará presente en el evento. Además, muchos de los **artistas son bilingües**.

*(La respuesta no aclara si el voluntario es un intérprete **capacitado**. No está claro cómo participarán los artistas en los servicios de acceso lingüístico)*

Accesibilidad para las comunidades que no hablan inglés - 1 punto

Las actividades propuestas no proporcionan adaptaciones o servicios especializados para comunidades que no hablan inglés.

La música es un lenguaje universal y, por tanto, no requiere traducción ni interpretación especializadas.

(La organización no ofrece accesibilidad lingüística más allá de la representación. La organización debe tener en cuenta los puntos en los que los miembros del público pueden buscar detalles sobre el evento como parte importante de su plan de acceso lingüístico. (Por ejemplo, material de marketing, folleto del programa, bienvenida o presentaciones del evento, etc.)

Marketing

Hasta 10 puntos

Describa cómo comercializará las actividades propuestas.

Su respuesta debe incluir sus **plataformas de marketing** (por ejemplo: redes sociales, web, boletín de noticias, prensa, radio/tv, etc.) y los esfuerzos de marketing especializados a los que desea llegar:

1. Audiencias dentro de **sus** principales grupos de interés
2. **Nuevas** audiencias dentro de los principales grupos de interés de la Ciudad de Austin
3. Miembros del público con discapacidades y/o cuyo idioma principal no es el inglés
4. Turistas

NO es necesario que los grupos de interés clave de una organización coincidan con los grupos de interés clave de la Ciudad (tal y como se definen en el [Detalles adicionales del programa](#)) para recibir puntos para el punto 1. SIN EMBARGO, el punto 2 requiere que la organización llegue a **NUEVAS** audiencias en los grupos de interés clave de la Ciudad **a las que no se llega a través del punto 1.**

*La utilización de dos o más redes sociales (por ejemplo, Facebook e Instagram) solo contará como **UNA** plataforma de marketing.*

Marketing (continuación)

Hasta 10 puntos

Describa cómo comercializará las actividades propuestas.

10 puntos

Los esfuerzos de marketing incluyen **TODO** lo siguiente:

1. Esfuerzos para llegar a los grupos de interés clave de la organización
2. Esfuerzos para llegar a **nuevos** públicos de los principales grupos de interés de prioridad de la Ciudad.
3. Esfuerzos para llegar al público discapacitado o cuya lengua materna no sea el inglés
4. Esfuerzos para llegar a los turistas
5. Utilizar dos o más plataformas de marketing (por ejemplo: redes sociales, web, boletín, prensa, radio/tv, etc.)

7 puntos

Los esfuerzos de marketing incluyen **al menos 4** de los siguientes:

1. Esfuerzos para llegar a los grupos de interés clave de la organización
2. Esfuerzos para llegar a **nuevos** públicos dentro de los principales grupos de interés de la Ciudad.
3. Esfuerzos para llegar a miembros del público con discapacidades y/o miembros del público cuya lengua materna no sea el inglés
4. Esfuerzos para llegar a los turistas
5. Utilizar dos o más plataformas de marketing (por ejemplo: redes sociales, web, boletín, prensa, radio/tv, etc.)

4 puntos

Los esfuerzos de marketing incluyen **al menos 3** de los siguientes:

1. Esfuerzos para llegar a los grupos de interés clave de la organización
2. Esfuerzos para llegar a **nuevos** públicos dentro de los principales grupos de interés de la Ciudad.
3. Esfuerzos para llegar a miembros del público con discapacidades y/o miembros del público cuya lengua materna no sea el inglés
4. Esfuerzos para llegar a los turistas
5. Utilizar dos o más plataformas de marketing (por ejemplo: redes sociales, web, boletín, prensa, radio/tv, etc.)

1 punto

Los esfuerzos de marketing incluyen **2 o menos** de los siguientes:

1. Esfuerzos para llegar a los grupos de interés clave de la organización
 2. Esfuerzos para llegar a **nuevos** públicos dentro de los principales grupos de interés de la Ciudad.
 3. Esfuerzos para llegar a miembros del público con discapacidades y/o miembros del público cuya lengua materna no sea el inglés
 4. Esfuerzos para llegar a los turistas
 5. Utilizar dos o más plataformas de marketing (por ejemplo: redes sociales, web, boletín, prensa, radio/tv, etc.)
- La organización no tiene un plan de marketing claro.

Marketing - 10 Puntos

Los esfuerzos de marketing incluyen **TODO** lo siguiente:

1. Esfuerzos para llegar a los grupos de interés clave de la organización
2. Esfuerzos para llegar a **nuevos** públicos de los principales grupos de interés de prioridad de la Ciudad
3. Esfuerzos para llegar a miembros del público con discapacidades y/o miembros del público cuya lengua materna no sea el inglés
4. Esfuerzos para llegar a los turistas
5. Utilizar dos o más plataformas de marketing (por ejemplo, redes sociales, boletines, prensa, radio/televisión, etc.)

Marble Visual Arts destinará considerables recursos a promocionar las exposiciones de nuestros estudios, centrándose en el **público latino, los hispanohablantes y aquellos que históricamente han estado subrepresentados en el arte público.**

Nuestro plan de marketing:

- **Traduce todo el material de marketing al español y al chino simplificado.**
- **Anuncios específicos en redes sociales para atraer a públicos NUEVOS y diversos, especialmente Comunidad chino-americana.**
- Compartición en páginas de comunidades específicas en las redes sociales.
- **Boletines a nuestros suscriptores** (más de 400 personas) en inglés, **español y chino simplificado.**
- **2-3 publicaciones diarias en historias de Instagram/FB sobre nuestro estudio para seguidores locales y de fuera de la ciudad.** Más de 100 relatos en inglés, español y chino simplificado.
- **Marketing impreso para distribución** (Arboretum, bibliotecas, Oficina de Visitantes, hoteles cercanos, etc.)

(La organización cumple los 5 requisitos enumerados y tiene previsto llegar a un público nuevo dentro de los grupos de interés clave de la ciudad)

Marketing - 7 Puntos

Los esfuerzos de marketing incluyen **al menos 4** de los siguientes:

1. Esfuerzos para llegar a los grupos de interés clave de la organización
2. Esfuerzos para llegar a **nuevos** públicos de los principales grupos de interés de prioridad de la Ciudad
3. Esfuerzos para llegar a miembros del público con discapacidades y/o cuya lengua materna no sea el inglés
4. Esfuerzos para llegar a los turistas
5. Utilizar dos o más plataformas de marketing (por ejemplo, redes sociales, boletines, prensa, radio/televisión, etc.)

Esta financiación permitirá a Moderna Rhumba llegar al público **residente en Austin o su ETJ, así como a los turistas** que vienen a visitar nuestra ciudad a través de:

- **Publicidad impresa**, incluido un anuncio comisionado en el Austin American Statesman
- Comprar **contenido patrocinado en las redes sociales como TikTok, Instagram y Facebook**
- Actualizar el servicio de boletín de noticias a una plataforma profesional: Mailchimp
- **Involucrar a nuestros artistas LGBTQIA+ y de género no conforme, y llegar a NUEVOS públicos afroamericanos y de la diáspora africana** centrando las campañas en los antecedentes/trabajos de los artistas y las comunidades para el desarrollo de públicos diversos

(La organización no incluye las actividades enumeradas en el punto 3, que se dirigen a un público con discapacidades o cuyo idioma principal no es el inglés)

Marketing - 4 Puntos

Los esfuerzos de marketing incluyen **al menos 3** de los siguientes:

1. Esfuerzos para llegar a los grupos de interés clave de la organización
2. Esfuerzos para llegar a **nuevos** públicos de los principales grupos de interés de prioridad de la Ciudad
3. Esfuerzos para llegar a miembros del público con discapacidades y/o cuya lengua materna no sea el inglés
4. Esfuerzos para llegar a los turistas
5. Utilizar dos o más plataformas de marketing (por ejemplo, redes sociales, boletines, prensa, radio/televisión, etc.)

A través del marketing orgánico, nuestro podcast ha conseguido más de **900 seguidores en Facebook**. **Al recibir esta subvención, el podcast puede utilizar anuncios pagados de Instagram para ampliar su alcance en la creciente comunidad AAPI en Austin, así como los turistas AAPI a Austin. Queremos llegar a la comunidad LGBTQIA+ de Austin a través de anuncios en X (Twitter).**

(La propuesta no incluye esfuerzos explícitos para llegar a los miembros del público con discapacidades o cuya lengua materna no es el inglés y solo enumera una plataforma de marketing: las redes sociales)

Marketing - 1 punto

Los esfuerzos de marketing incluyen **2 o menos** de los siguientes:

1. Esfuerzos para llegar a los grupos de interés clave de la organización
2. Esfuerzos para llegar a **nuevos** públicos de los principales grupos de interés de prioridad de la Ciudad
3. Esfuerzos para llegar a miembros del público con discapacidades y/o cuya lengua materna no sea el inglés
4. Esfuerzos para llegar a los turistas
5. Utilizar dos o más plataformas de marketing (por ejemplo, redes sociales, boletines, prensa, radio/televisión, etc.)

O

La organización no tiene un plan de marketing claro.

El Austin Heritage Museum (AHM) tiene una presencia activa en las redes sociales, donde nuestros miembros participan con nuestras publicaciones.

La organización no indica ningún esfuerzo por llegar a nuevos públicos en los grupos de interés clave prioritarios de la ciudad, ni por llegar a las personas con discapacidades o cuya lengua materna no sea el inglés, ni por llegar a los turistas. La organización enumera una plataforma: las redes sociales.

Presupuesto

Hasta 10 puntos

¿Cómo utilizará esta subvención para realizar la actividad propuesta?

La respuesta de la organización debe abordar el pago a artistas y/o administradores y:

1. Gastos estimados relacionados con la prestación de servicios especializados de accesibilidad y/o acceso lingüístico
 2. Gastos estimados relacionados con el marketing a audiencias actuales o nuevas
 3. Explicación de los gastos para producir sus actividades
 4. El presupuesto debe reflejar esta solicitud
-

Presupuesto (continuación)

Hasta 10 puntos

¿Cómo utilizará esta subvención para realizar la actividad propuesta?

10 puntos

El presupuesto del proyecto incluye **todo** lo siguiente:

1. Pagos a artistas **y/o** administradores de proyectos.
2. Gastos de servicios especializados de accesibilidad y/o acceso lingüístico
3. Gastos de marketing
4. Gastos de producción
5. El presupuesto debe reflejar esta solicitud

7 puntos

El presupuesto del proyecto incluye pagos a artistas **y/o** administradores de proyectos.

Y al menos 3 de los siguientes:

1. Gastos de servicios especializados de accesibilidad y/o acceso lingüístico
2. Gastos de marketing
3. Gastos de producción
4. El presupuesto debe reflejar esta solicitud

4 puntos

El presupuesto del proyecto incluye los pagos a los artistas **y/o** administradores del proyecto.

Y al menos 2 de los siguientes:

1. Gastos de servicios especializados de accesibilidad y/o acceso lingüístico
2. Gastos de marketing
3. Gastos de producción
4. El presupuesto debe reflejar esta solicitud

1 punto

El presupuesto del proyecto incluye 2 o **menos** de los siguientes:

1. Pagos a artistas **y/o** administradores de proyectos.
2. Gastos de servicios especializados de accesibilidad y/o acceso lingüístico
3. Gastos de marketing
4. Gastos de producción
5. El presupuesto debe reflejar esta solicitud

Presupuesto - 10 Puntos

El presupuesto del proyecto incluye **todo** lo siguiente:

1. Pagos a artistas participantes **y/o** administradores de proyectos
2. Gastos de servicios especializados de accesibilidad y/o acceso lingüístico
3. Gastos de marketing
4. Gastos de producción
5. El presupuesto refleja esta solicitud

Tabla de presupuesto: Teatro Hamlet

| | | |
|-----------------------------------|-----------------|--|
| <u>Honorarios administrativos</u> | <u>\$10000</u> | <u>Salarios equitativos para el equipo administrativo del Teatro Hamlet 2 a \$5,000</u> |
| <u>Honorarios de artistas</u> | <u>\$8,000</u> | <u>Honorarios de actores 4 a \$2000 cada uno</u> |
| <u>Marketing</u> | <u>\$2,000</u> | <u>Anuncios en redes sociales \$500, Anuncios en periódicos \$1,500</u> |
| <u>Espacio</u> | <u>\$5,000</u> | <u>Alquiler del local (estudio de ensayo \$1000; local de actuación \$2,100)</u> |
| <u>Acceso lingüístico</u> | <u>\$2,000</u> | <u>Honorarios de intérpretes ASL 2 a \$1,000 cada uno</u> |
| <u>Gastos de producción</u> | <u>\$0</u> | <u>Organización Efectivo para pagar estipendios de actores visitantes (6 a \$500= \$3,000)</u> |
| TOTAL | \$30,000 | |

(El presupuesto del proyecto muestra TODOS los gastos necesarios y tiene descripciones detalladas del presupuesto)

Presupuesto -7 puntos

El cuadro del presupuesto del proyecto **incluye los pagos a los artistas participantes y/o a los administradores del proyecto.**

Y al menos 3 de los siguientes:

1. Gastos de servicios especializados de accesibilidad y/o acceso lingüístico
2. Gastos de marketing
3. Gastos de producción
4. El presupuesto refleja esta solicitud

Tabla del presupuesto: Melodic Generations

| | | |
|-----------------------------------|-----------------|--|
| <u>Honorarios administrativos</u> | <u>\$5,000</u> | <u>200 horas a \$25/hora</u> |
| <u>Honorarios de artistas</u> | <u>\$16,500</u> | <u>Pagos a 3 músicos profesionales a \$5,000 cada uno y a 3 músicos jóvenes a \$500 cada uno</u> |
| <u>Marketing</u> | <u>\$ 0</u> | <u>Anuncios en redes sociales \$400, anuncio en el periódico \$500 (\$900 pagados con fondos personales y ventas de patrocinios)</u> |
| <u>Espacio</u> | <u>\$8,500</u> | <u>Alquiler del local</u> |
| TOTAL | \$30,000 | |

(El presupuesto del proyecto tiene descripciones detalladas del presupuesto. Se gasta dinero personal en marketing. No se registraron gastos por accesibilidad especializada o acceso lingüístico. La forma del presupuesto organización refleja esta descripción).

Presupuesto - 4 Puntos

El presupuesto del proyecto incluye los pagos a **los artistas participantes y/o a los administradores del proyecto.**

Y al menos 2 de los siguientes:

1. Gastos de servicios especializados de accesibilidad y/o acceso lingüístico
2. Gastos de marketing
3. Gastos de producción
4. El presupuesto refleja esta solicitud

Tabla del presupuesto: Frog and Toad Productions

| | |
|------------------------------|--|
| <u>Tasas administrativas</u> | <u>\$5,000 Estipendios para dos administradores a \$2,500 cada uno</u> |
| <u>Marketing</u> | <u>\$5,000 Anuncios en redes sociales \$400, Anuncio en el periódico \$500</u> |
| <u>Espacio</u> | <u>\$10,000 Alquiler del local</u> |
| TOTAL | \$ 20,000 |

(No se enumeraron gastos de accesibilidad especializada o acceso lingüístico, aunque en la descripción del proyecto se indica que se contrataría a este tipo de profesionales para el proyecto. El presupuesto del proyecto no coincide con la información presentada en la solicitud)

Presupuesto - 1 punto

El presupuesto del proyecto incluye **2 o menos** de los siguientes:

- 1. Pagos a artistas participantes y/o administradores de proyecto.**
2. Gastos de servicios especializados de accesibilidad y/o acceso lingüístico.
3. Gastos de marketing
4. Gastos de producción
5. El presupuesto debe reflejar esta solicitud

Tabla del presupuesto: Creative Horizons

| | |
|-------------------|---|
| <u>Producción</u> | <u>\$25,000 Gala Alquiler de equipo</u> |
| TOTAL | \$ 25,000 |

(Los gastos incluidos son los de producción, no otros gastos. La narración no deja claro si se pagaría a los artistas por actuar o exponer)

Estatus de Institución Cultural

Hasta 10 puntos

¿Qué medidas tomará durante el ciclo de subvención de dos años que acercarán a su organización a convertirse en una institución cultural en Austin?

- Proporcionar de 2 a 3 objetivos para cada año de financiación
- Describa cómo estos objetivos lo acercan a convertirse en una institución cultural

Una institución cultural tendrá acceso confiable y constante a muchos tipos de bienes físicos y financieros que la sostienen. Ver en [Detalles adicionales del programa](#) la definición completa de institución cultural.

La respuesta de la Organización podría incluir:

Restablecimiento de las operaciones y actividades reducidas durante la pandemia

- Revisión de la misión
- Relanzamiento de la programación anterior a la pandemia
- Estabilizar y/o ampliar los recursos administrativos y el personal

Mejorar y mantener las operaciones **existentes** desarrollando sistemas para diversificar las fuentes de ingresos

- Donaciones en efectivo/subvenciones
- Servicios pagados
- Venta de boletos
- Donaciones de bienes
- Desarrollo/capacitación/certificación de capacidad

Desarrollar **nuevas** iniciativas

- Contratación de nuevo personal
- Desarrollo de nuevos programas
- Creación de un plan estratégico

Adquisición de activos

- Adquirir o mantener un contrato de arrendamiento a largo plazo
- Adquisición de equipos por valor inferior a \$2,000

Profundización de las contribuciones comunitarias orientadas a las relaciones

- Desarrollo del Consejo
 - Voluntarios
 - Mentores o asociaciones
 - Colaboraciones con miembros/líderes de la comunidad
 - Participación del público
-

Estatus de Institución Cultural (Continuación)

Hasta 10 puntos

¿Qué medidas tomará durante el ciclo de subvención de dos años que acercarán a su organización a convertirse en una institución cultural en Austin?

- Proporcionar de 2 a 3 objetivos para cada año de financiación
- Describa cómo estos objetivos lo acercan a convertirse en una institución cultural

10 puntos

La organización describe cómo la financiación adicional puede apoyar su mejora organizativa, más allá de la estabilización.

La organización es idónea para convertirse en una institución cultural representativa de su comunidad.

La organización tiene un plan claro y los objetivos son medibles y alcanzables.

Se centran principalmente en la capacitación de la organización, más que en la producción de eventos.

5 puntos

La organización describe cómo la financiación puede apoyar la estabilización de su organización, **o**

La organización **no** proporciona pasos claros para alcanzar y medir sus objetivos, **o**

El objetivo principal **no** es capacitar a la organización.

1 punto

La organización **ya cuenta con casi todos los** elementos de referencia de una institución cultural, **o**

La descripción no describe suficientemente cómo los objetivos mejorarán o estabilizarán la organización

Estatus de Institución Cultural - 10 Puntos

- La organización describe cómo la financiación adicional puede apoyar su mejora organizativa, más allá de la estabilización , y
- La organización es adecuada para convertirse en una institución cultural representativa de su comunidad , y
- La organización tiene unos pasos claros y los objetivos son medibles y alcanzables , y
- Su principal objetivo es la capacitación de la organización, más que la producción de eventos.

Durante la mayor parte de la historia de la Fundación Indígena de Austin, hemos sido una organización de voluntarios. Sin desarrollar una plantilla remunerada a tiempo completo, nuestras oportunidades de crecimiento son limitadas.

Objetivos para el primer año

- **Contratación de personal especializado en marketing**
- **Contratación de un especialista en subvenciones para explorar otras subvenciones privadas/fundaciones y públicas.**
- **Aumentar la asistencia a nuestro Encuentro Indígena Anual en al menos un 20%**

Objetivos para el segundo año

- **Conseguir 2-3 nuevas oportunidades de financiación**
- **Lanzamiento de la nueva Celebración del Solsticio de Invierno**

Cumplir estos objetivos nos permitiría **llegar a más gente, mantener nuestro compromiso con la excelencia artística y mejorar la experiencia general** de nuestros diversos públicos y visitantes.

(La narración de la organización cumple todos los requisitos para una respuesta de 10 puntos)

Estatus de Institución Cultural - 5 Puntos

- La organización describe cómo la financiación puede apoyar la estabilización de su organización, o
- La organización no tiene pasos claros para alcanzar sus objetivos, o
- El objetivo principal no es la capacitación de la organización

Los fondos de la subvención serán esenciales para ayudar a nuestra organización a **mantener sus operaciones** en los próximos años. **Austin Academy of Hip Hop** utilizará los fondos para volver a operar y programar al nivel que teníamos antes de ser desplazados de nuestra ubicación anterior. La financiación se destinará principalmente **a apoyar nuestro actual calendario anual de eventos.**

(La organización no proporciona un plan claro para utilizar la financiación para apoyar la mejora de la organización, más allá de la estabilización, la narrativa carece de un plan específico. También carece de objetivos mensurables y alcanzables. La narración se centra en un calendario de eventos y en la producción de los mismos, más que en el desarrollo de las capacidades de la organización).

Estatus de Institución cultural - 1 punto

La organización ya cuenta con casi todos los elementos de referencia de una institución cultural, o
La descripción no describe suficientemente cómo los objetivos mejorarán o estabilizarán la organización.

Las perspectivas financieras actuales del Austin Art Conclave se han visto afectadas por una reciente renovación, pero hemos podido aprovechar nuestra **dotación** y el **espacio físico** que poseemos y operamos desde hace 15 años. El generoso apoyo de nuestro **Círculo de Liderazgo de Donantes** nos permitió compensar los gastos administrativos y operativos. **Utilizaremos los fondos de Thrive para apoyar un nuevo programa** dirigido a comunidades marginadas. Un programa que no puede existir sin la Subvención Thrive.

(Esta organización cuenta con abundantes recursos y activos. La organización pasa a describir recursos adicionales y no describe suficientemente los esfuerzos de mejora o estabilización para convertirse en Institución Cultural)

Próximos pasos

¿Preguntas?

Dedique tiempo para leer toda la rúbrica de nuevo. Siempre que tenga preguntas, contáctenos.

Horario de atención virtual

Cada 2º y 4º martes, en Zoom:

<https://bit.ly/EDDopenoffice>

Contacto del experto

principal: Jesús Pantel

Jesus.Pantel@austintexas.gov

Contacto del programa de subvención

Elevate:

Peggy Ellithorpe

Peggy.Ellithorpe@austintexas.gov

Contacto del programa de subvención Thrive:

Jesús Varela

Jesus.Varela@AustinTexas.gov

Todo el personal de Artes Culturales:

CulturalArts@AustinTexas.gov