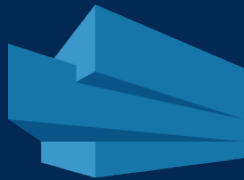


Rúbrica de Elevate para individuos y empresas creativas



**Economic
Development**
CITY OF AUSTIN

Prioridades de financiación

Elevate - La prioridad se dará a:

- Actividades que remuneran a los artistas y administradores artísticos locales
- Actividades que participan en sociedades basadas en la comunidad
- Solicitantes y actividades comprometidos con la equidad
- La equidad se representa en el liderazgo
- Solicitantes que representen las diversas culturas de Austin, en particular las que proceden de entornos que históricamente han estado infrarrepresentados en los programas de Financiación cultural de Austin
- Solicitantes que sean representativos de, sirvan a, y sean responsables ante comunidades que estén en **riesgo inmediato de supresión y desplazamiento cultural dentro de Austin** y/o que hayan sido institucionalmente marginadas y poco financiadas por la División de Artes Culturales de la Ciudad de Austin. Esto puede incluir a solicitantes que sirvan directamente a las comunidades de negros/afroamericanos, nativos americanos, asiáticos, hispanos/latinos, del Medio Oriente y de las islas del Pacífico, así como a las comunidades LGBTQIA+ y/o de de discapacitados.

Desplazamiento cultural

El desplazamiento cultural ocurre a través de cambios en los aspectos de un barrio que ha proporcionado a los residentes de toda la vida un sentido de pertenencia y les ha permitido vivir sus vidas de maneras familiares. A medida que avanza la escala del cambio residencial, y los comercios y servicios se desplazan para centrarse en los nuevos residentes, los residentes restantes pueden tener una sensación de distanciamiento aunque físicamente se hayan quedado en el barrio.

Esto también puede reflejar el carácter racial o étnico cambiante del barrio, no solo su composición de clase.

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 **principales grupos de interés** 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 Elevate

Grupos de interés clave y Misión creativa 15 puntos

Historia de Servicio 10 puntos

Cultural Liderazgo 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** la habilidad de redacción de la subvención del solicitante.

La puntuación debe hablar a las prioridades del programa de subvención Elevate

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 basándose en la información proporcionada.

Grupos de interés clave y Misión creativa

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 debe incluir:

- Identifique a sus principales grupos de interés (consulte la definición en Detalles adicionales del programa)
- Objetivos artísticos y/o misión creativa
- Trabajo de equidad operacionalizado dentro de su práctica/organización

15 puntos

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

Y la documentación aportada demuestra que llegar a las comunidades desfavorecidas es fundamental para la misión del solicitante.

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 del solicitante.

1 punto

Su visión/misión artística NO ESTÁ arraigada 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 y poco financiadas por la División de Artes Culturales de la Ciudad de Austin.

O La documentación aportada NO demuestra que llegar a las comunidades desfavorecidas sea fundamental para la misión del solicitante.

15 puntos

Su visión/misión artísticas 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 poco financiadas por la División de Artes Culturales de la Ciudad de Austin.

Y la documentación provista demuestra que llegar a las comunidades marginadas es fundamental para la misión del solicitante.

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

Historia de la producción: **Nuestros grupos de interés clave integrantes son en su mayoría artistas BIPOC y comunidad de la comunidad. Hot Rod Studios cuenta con un amplio historial de exposiciones y programación en el que destaca una vasta colección de obras de comunidades latinas, Afro-Latinas, Caribeñas y de la diáspora.**

(La muestra de trabajo en vídeo muestra que llegar a las comunidades marginadas es fundamental para su misión)

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 provista **SÍ** demuestra que llegar a las comunidades desfavorecidas es fundamental para la misión del solicitante.

ABC Records actualmente **proporciona un espacio seguro y afirmativo para LGBTQIA+ y aliados** para aprender sobre los discos de vinilo y la industria y desarrollar habilidades y competencias en esta activa comunidad. Todos los servicios y eventos existen para apoyar estos valores y misión, y los fondos se utilizarán para continuar con los esfuerzos de divulgación y marketing en los distintos entornos que ocupa ABC Records.

Todos los eventos sirven para amplificar las voces y el talento de nuestros principales grupos de interés locales de Austin.

(El enlace al sitio web y las muestras de trabajo provistas demuestran que llegar a sus principales destinatarios es fundamental para su misión)

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 marginadas es fundamental para la misión del solicitante.

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

MISIÓN Y GRUPOS DE INTERÉS CLAVE: Nos comprometemos a **apoyar a las mujeres músicas (sin importar su edad, raza, orientación o situación familiar)** que quieran aumentar sus ingresos y ampliar su audiencia.

(Los grupos de interés clave del solicitante no es uno de los grupos comunitarios prioritarios definidos en la **directrices y detalles adicionales del programa)**

Historia de Servicio

10 Puntos

¿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)

10 Puntos

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

10 Puntos

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

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

7 Puntos

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

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

4 puntos

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

Ha aportado **pocas pruebas** de que mejore el acceso a las oportunidades en estas comunidades

1 Punto

El solicitante tiene un historial de servicio que trata **de servir a todas las comunidades**

Y/O

El solicitante tiene un historial de servicio que apoya a estos grupos de interés clave a través de una mentalidad benéfica.

Historia de Servicio - 10 Puntos

El solicitante tiene, **de su fundación**, una historia en servir explícitamente a grupos de interés clave que **están en riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento en Austin.**

La respuesta describe claramente cómo el solicitante 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 de la comunidad** con la **visión compartida de promover, preservar y desarrollar las artes culturales que reflejan la tradición viva y las experiencias de los pueblos chicano, centroamericano, sudamericano y caribeño**, y hacer accesibles las artes como elemento esencial para el desarrollo y bienestar de la comunidad.

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

Historia de Servicio - 7 Puntos

El solicitante tiene, **de 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 el solicitante ha mejorado directamente el acceso a las oportunidades en estas comunidades.

Fundada en 2015, BeautyBass cultiva y eleva las voces de LGBTQ+ y provee un espacio seguro para que el público queer y aliado se reúna y exprese su creatividad y belleza únicas. Somos una compañía de narradores de comunidades ignoradas en los medios de comunicación. Nuestro colectivo hace hincapié en elevar a los que tradicionalmente han quedado fuera de la cultura dominante, compartir conocimientos para aumentar las oportunidades equitativas de 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 vídeos musicales, sesiones fotográficas editoriales y mucho más.

Historia de Servicio - 4 Puntos

El solicitante ha **evolucionado para servir** a estos grupos de interés clave, pero ese enfoque no era 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, mi trabajo artístico ha **mejorado directamente el acceso de todos los habitantes de Austin** a historias sobre nuestras vías fluviales naturales a través de mi serie de documentales. **Con esta aplicación, Voy a ampliar mi trabajo para contar la historia de los derechos civiles de nuestras vías fluviales**, proporcionando a nuestra comunidad una mayor comprensión del legado histórico mixto de los emblemáticos espacios naturales de Austin.

(El historial de servicio del solicitante ha evolucionado para servir a grupos de interés en riesgo de supresión y desplazamiento cultural, pero este no fue uno de los objetivos en el momento de la fundación del solicitante)

Historia de Servicio - 1 Punto

El solicitante tiene un historial de servicio que busca **ampliamente servir a todas las comunidades.**

Y/O

El solicitante tiene un historial de servicio que apoya a estos grupos clave a través de una mentalidad caritativa.

La Central Texas Arts Alliance (CTAA) proporciona apoyo financiero **para promover el arte y programas culturales que aumentan la sensibilización, construyen puentes y unifican a todas las comunidades.** Nuestro objetivo es apoyar los programas y proyectos artísticos y culturales de 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 del solicitante pretende servir ampliamente a todas las comunidades)

Liderazgo cultural

15 Puntos

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

Su respuesta podría incluir:

- Usted, el artista solicitante
- Liderazgo ejecutivo y creativo
- Junta Directiva y/o Consejo Asesor
- Asesores creativos

15 Puntos

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

5 Puntos

ALGUNOS de los líderes administrativos y creativos del solicitante 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 del solicitante mantiene una **relación de trabajo** con los grupos de interés clave **pero mínima o ninguna experiencia vivida** dentro de estas comunidades.

○ El solicitante no proporciona una descripción clara de las funciones de liderazgo y las relaciones con los grupos de interés clave

15 puntos

La **MAYORÍA** de los líderes administrativos y creativos del solicitante tienen un profundo conocimiento cultural **Y** experiencia vivida con **grupos de interés clave que corren el riesgo inmediato de supresión cultural y desplazamiento**

Como artista individual, y fundador y director artístico de un nuevo colectivo creativo, diría que tengo el poder de decisión. **Represento a mi comunidad como creativa queer Latinx** que creció por debajo del umbral de la pobreza. **Mis intersecciones y la experiencia de haber crecido en Austin me permiten comprender un abanico muy amplio de comunidades.** Mi objetivo es servirles y crear espacios seguros de expresión y crecimiento.

(La propuesta hace referencia a sus principales grupos de interés de la pregunta anterior, describiendo cómo los representan y su papel de liderazgo).

10 puntos

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

Gals Gallery Theatre es un grupo de teatro cofundado 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 discapacidades**. En el pasado, Gals Gallery Theatre ha podido contratar a colaboradores creativos que han contribuido a su historia de producción. **En particular, Gals Gallery Theatre contrató a la coreógrafa, Galaxie Adams, que se identifica como mujer queer de color.**

(La propuesta continúa con la definición de las funciones de los líderes clave y la forma en que **TODOS representan a sus principales grupos de interés)**

5 puntos

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

Solicito esta subvención yo misma, Sophie Anderson, en representación de una comunidad de artistas intergeneracionales de diversos orígenes que tienen su hogar en Austin. Somos músicos, artistas y maestros, somos residentes de bajos ingresos y padres. **Soy neurodivergente y represento a mis estudiantes y a sus familias con discapacidades.**

Entre mis asesores creativos se encuentran miembros de la comunidad musical de Austin, mis compañeros de banda y colaboradores cercanos y compañeros maestros.

(Aunque Sophie es miembro del grupo de interés clave, no está claro si sus asesores creativos también tienen una comprensión cultural/experiencia vivida en estos grupos).

1 punto

El liderazgo creativo y administrativo del solicitante tiene una **relación de trabajo** con los principales grupos de interés **pero su experiencia de vida** en estas comunidades es **mínima o nula** .

- El solicitante no proporciona una descripción clara de las funciones de liderazgo y las relaciones con los principales grupos de interés.

Isabella Bennett es la curadora de Ethereal Visions Gallery y se encarga de todas las operaciones de la galería. Isabella forma parte de la comunidad artística y musical de Austin desde 2012 y facilita exposiciones de arte desde 2014 en Austin. En 2019 pudo abrir Ethereal Visions Gallery, que existe como la rama de difusión comunitaria de su negocio principal. Isabella tiene profundos lazos con la comunidad y el corazón cultural de Austin.

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

Actividades culturales

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

El solicitante 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 el punto de vista del solicitante, es una parte esencial de las actividades propuestas y tendrá beneficios importantes y duraderos para estas comunidades.

7 Puntos

El solicitante 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.

Equidad desde la fundación del solicitante, es una parte esencial de las actividades propuestas y tendrá grandes beneficios para estas comunidades.

4 Puntos

El solicitante describe su evento propuesto, pero proporciona pocos detalles.

La propuesta incluye contenido para los principales grupos de interés de Austin, pero no ha sido desarrollada o no es responsable de estas comunidades.

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

1 Punto

El solicitante no describe suficientemente el evento propuesto.

La equidad no forma parte de la propuesta

O se considera pero es probable para tener beneficios mínimos.

10 puntos

El solicitante 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 del solicitante, es una parte fundamental de las actividades propuestas y tendrá grandes/permanentes beneficios para estas comunidades

Se solicitan fondos para apoyar **un festival 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. **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 interés y actividades que se llevan a cabo durante el evento. La equidad es una parte esencial de las actividades propuestas).

7 puntos

El solicitante 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 y rendirá cuentas a estas comunidades .

La equidad, desde la fundación del solicitante, es una parte esencial de las actividades propuestas y tendrá beneficios grandes y duraderos para estas comunidades

El concierto musical Austin Feel the Beat ofrecerá **presentaciones en vivo que mostrarán el talento musical de la comunidad de ciegos y deficientes visuales de Austin.**

(La propuesta detalla el evento y destaca a los artistas que representan a los principales grupos de interés. El solicitante explica cómo esta presentación anual proporciona un beneficio duradero para estas comunidades. La equidad es una parte esencial de las actividades propuestas).

4 puntos

El solicitante describe su evento propuesto, pero proporciona pocos detalles.

La propuesta incluye contenido para los principales grupos de interés de Austin, pero no ha sido desarrollada o no es responsable de estas comunidades.

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

El proyecto “Be a Drag” de John Doe 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. **Doe espera que la serie arroje luz e invite a un diálogo abierto sobre los problemas actuales a los que se enfrenta la comunidad Queer.**

(John Doe no tiene experiencia de vida dentro del grupo de interés clave al que sirve, y no incluye a los participantes del proyecto de estas comunidades en el proceso de toma de decisiones curatoriales. Los detalles del evento son imprecisos).

1 punto

El solicitante no describe suficientemente el evento propuesto.

La equidad no forma parte de la propuesta

O se considera pero es probable que tenga beneficios mínimos.

El Club de la Comedia de Austin opera 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.

(El solicitante no describe suficientemente su actividad propuesta y no se aborda la equidad)

Interseccionalidad e inclusión

10 Puntos

Describa 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 las identidades interseccionales o pueden inferirse.

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

1 punto

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

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 trans mujeres indígenas, proyectos ejecutivos producidos y dirigidos por Artistas trans mujeres indígenas y proporcionó apoyo directo a directo a Indígenas trans indígenas.**

Interseccionalidad e 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 la discapacidad, además de temas e historias únicos relacionados con cuestiones sociales

(El solicitante no nombra directamente las identidades interseccionales, pero estas pueden deducirse de otras secciones de la solicitud. El solicitante 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 encierra riesgos de simbolismo o apropiación cultural.

El programa comunitario de boletos gratuitos de la Ópera Yellow Rose ofrece a todos la oportunidad de asistir a presentaciones 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 sanitarias y de servicios humanos, la Ópera Yellow Rose ofrecerá boletos gratuitos para las presentaciones durante toda la temporada.

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

Accesibilidad

10 puntos

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

Su respuesta debe abordar:

- Servicios o adaptaciones específicos que prestará
- Nombre(s) de/de los proveedor(es) de servicios capacitado(s) 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.

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 de la ADA, pero no existe un plan claro de implementación 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.

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.**

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 mí es sumamente importante que este evento se adapte a cualquier persona de la comunidad de discapacitados. Solo elegiré 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 asistirles** en el espacio desde todo hasta ayudarles a coger comida, encontrar un lugar cómodo para sentarse para la música y a mí mismo me 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 implementación y no está claro si participan proveedores de servicios capacitados)

1 punto

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

Como artista individual me comprometo a garantizar que todos tengan acceso a las artes, incluidas las personas con discapacidades. **Trabajo para que mis 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 comunidades que no hablan inglés

10 Puntos

Describa las adaptaciones lingüísticas especializadas o la programación para las comunidades que no hablan inglés que desea 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

Las 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 un profesional capacitado.

1 punto

Las actividades propuestas no proporcionan adaptaciones o servicios especializados para 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 un colectivo artístico de Austin que transforma la vida de las personas con discapacidades a través de la creación artística. Con cinco programas básicos y otros proyectos especiales, ArtMix atiende a más de 6,000 personas al año.

Además, el evento ArtMix 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.

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 de son bilingües**.

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

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.

(El solicitante no ofrece accesibilidad lingüística más allá de la actuación. El solicitante 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 principales grupos de interés de un solicitante coincidan con los principales grupos de interés de la Ciudad (tal como se definen en los **Detalles adicionales del programa**) para recibir puntos en el Punto 1. **SIN EMBARGO**, el Punto 2 requiere que el solicitante llegue a **NUEVAS** audiencias dentro de los principales grupos de interés de la Ciudad **a los 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 principales grupos de interés del solicitante
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 principales grupos de interés del solicitante
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 principales grupos de interés del solicitante
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 difundir los principales grupos de interés del solicitante.
 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.)
- El solicitante no tiene un plan de marketing claro.

10 puntos

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

1. Esfuerzos para llegar a los principales grupos de interés del solicitante
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.)

Con los fondos de la subvención, podré dedicar una cantidad considerable de tiempo y energía a promocionar mi estudio y mi exposición. Me dirigiré a todos los habitantes de Austin amantes del arte, pero **específicamente al público latino, a los hispanohablantes** y a **quienes históricamente han estado subrepresentados en el arte público, especialmente las minorías visibles (BIPOC).**

Plan de marketing:

1. **Tres boletines dirigidos a mi audiencia de más de 400 personas**
2. **Publicidad dirigida a las redes sociales para atraer públicos NUEVOS y diversos, especialmente latinos, comunidades hispanohablantes, BIPOC, y mujeres.**
Compartir en páginas de comunidades específicas.
3. **Traducir todos los materiales de marketing al español.**
4. **2-3 publicaciones diarias en Instagram/FB sobre mi estudio** la preparación de nuestro espectáculo y miradas entre bastidores de cómo se están moviendo las cosas para crear entusiasmo y rumores en torno a estos eventos **para los seguidores locales y de fuera de la ciudad.** Un total de más de 100 relatos.
5. **Marketing impreso para distribución** (Arboreto, biblioteca, etc.), así como el boletín y las redes sociales, como se ha mencionado anteriormente.

(No es necesario que los grupos de interés clave del solicitante coincidan con las prioridades de la Ciudad para recibir puntos por el punto 1). SIN EMBARGO, el punto 2 requiere que el solicitante llegue a NUEVAS audiencias dentro de los grupos de interés clave prioritarios de la Ciudad **a los que no llega el punto 1.**)

7 puntos

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

1. Esfuerzos para llegar a los principales grupos de interés del solicitante
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 que nuestra galería llegue a un mayor número de **individuos que residen en Austin o su ETJ, así como turistas** que vienen a visitar nuestra ciudad a través de:

- **Publicidad impresa**, incluido un anuncio comisionado en el Austin Chronicle
- Comprar contenido **patrocinado en redes sociales**
- Actualizar el servicio de boletines a una plataforma profesional como Mailchimp
- **Involucrar a nuestros actuales artistas LGBTQIA+ y de género no conforme, y llegar a NUEVOS públicos Latiné** centrando las campañas en los antecedentes y el trabajo de los artistas, y en las comunidades para el desarrollo de un público diverso

(El solicitante no incluye los esfuerzos para llegar al público con discapacidades o al público cuya lengua materna no sea el inglés)

4 puntos

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

1. Esfuerzos para llegar a los principales grupos de interés del solicitante
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, el podcast ha generado más de **900 seguidores de 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 (antes 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 sólo enumera una plataforma de marketing - Medios de Comunicación Social)

1 punto

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

1. Esfuerzos para llegar a los grupos de interés clave del solicitante
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.)

0

El solicitante 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.

Presupuesto

Hasta 10 puntos

¿Cómo utilizará esta subvención para realizar la actividad propuesta?

Su respuesta 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

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 debe reflejar esta solicitud

Tabla del presupuesto: Harper Hill

<u>Tasas administrativas</u>	<u>\$10,000</u>	<u>Salarios equitativos para Harper Hill</u>
<u>Honorarios de artistas</u>	<u>\$12,500</u>	<u>Pagos a 5 artistas a \$2,500 cada uno</u>
<u>Marketing</u>	<u>\$900</u>	<u>Anuncios en redes sociales \$400, Anuncio en el periódico \$500</u>
<u>Espacio</u>	<u>\$2,100</u>	<u>Alquiler del local</u>
<u>Acceso lingüístico</u>	<u>\$500</u>	<u>Honorarios de los intérpretes de español</u>
<u>Gastos de producción</u>	<u>\$2,500</u>	<u>Estipendios de viaje para artistas visitantes 5 a \$500</u>
<u>Suministros/Materiales</u>	<u>\$1,500</u>	<u>Suministros de arte, incluidos lienzos, pinturas, pinceles, etc.</u>
TOTAL	\$30,000	

(El presupuesto del proyecto muestra TODOS los gastos necesarios y tiene descripciones detalladas del presupuesto. El presupuesto se ajusta a la solicitud)

7 puntos

El 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 debe reflejar esta solicitud

Tabla del presupuesto: Melodic Generations

<u>Tasas administrativas</u>	<u>\$5,000 200 horas a \$25/hora</u>
<u>Honorarios de artistas</u>	<u>\$16,500 Pagos a 3 músicos profesionales a \$5,000 cada uno y a 3 músicos jóvenes a \$500 cada uno</u>
<u>Marketing</u>	<u>\$3,500 Anuncios en redes sociales \$400, Anuncio en el periódico \$500</u>
<u>Espacio</u>	<u>\$5,000 Alquiler del local</u>
TOTAL	\$30,000

(El presupuesto del proyecto tiene descripciones detalladas del presupuesto. No se enumeraron gastos para accesibilidad especializada o acceso lingüístico. La forma del presupuesto del solicitante coincide con esta descripción).

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 debe reflejar esta solicitud

Tabla del presupuesto: Frog and Toad Productions

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

(No se enumeraron gastos para accesibilidad especializada o acceso lingüístico. 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 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

Tabla del presupuesto: Creative Horizons

Espacio	\$25,000 Alquiler del local
TOTAL	\$25,000

(Solo se incluyen los gastos de producción. El presupuesto del proyecto no coincide con la información presentada en la solicitud).

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://forms.office.com/g/aRE3DXn1Cw>

Contacto del experto principal: Jesús Pantel Jesus.Pantel@austintexas.gov

Contacto del programa de subvención Elevate: Peggy Ellithorpe

Peggy.Ellithorpe@austintexas.gov

Todo el personal de Artes Culturales:

CulturalArts@AustinTexas.gov