

LGBTQ+

Guide pour une narration visuelle inclusive

CONSEILS POUR AMÉLIORER LA REPRÉSENTATION VISUELLE

Chez Getty Images, nous croyons au pouvoir des visuels pour changer le monde, changer les perceptions et inspirer. Nous croyons aux récits prônant la diversité qui peuvent modifier les perceptions, créer de l'empathie et construire une communauté.

Getty Images et l'association américaine GLAAD (Gay & Lesbian Alliance Against Defamation) ont développé un Guide de narration visuelle LGBTQ+ pour inciter les secteurs des médias et de la publicité à être plus inclusifs et vigilants dans leurs sélections visuelles concernant la communauté LGBTQ+. Le guide comprend des informations sur les raisons pour lesquelles l'intersectionnalité dans la narration LGBTQ+ est importante, mais également le rôle de l'identité de genre et de la représentation transgenre, mais aussi des questions pour vous aider à être plus inclusif.ve dans vos choix visuels.



GLAAD réécrit le script pour l'acceptation LGBTQ. En tant que force médiatique dynamique, GLAAD s'attaque à des problèmes difficiles pour façonner le récit et provoquer un dialogue qui conduit à un changement culturel. GLAAD protège tout ce qui a été accompli et crée un monde où chacun peut vivre la vie qu'il aime.

gettyimages[®]

Getty Images est l'une des sources de contenu visuel les plus fiables et les plus estimées au monde, avec plus de 435 millions de contenus, notamment des photos, des vidéos et de la musique, disponibles sur ses sites www.gettyimages.fr et www.istock.com/fr. Le site Web de Getty Images est utilisé par des clients créatifs, commerciaux et médiatiques dans presque tous les pays du monde et est le premier endroit où les gens se tournent pour découvrir, acheter et partager du contenu visuel puissant des meilleurs photographes et vidéastes du monde.

Sommaire

Ce guide pratique a été créé pour aider les spécialistes du marketing à sélectionner et à créer un contenu visuel qui promeut une représentation authentique, impartiale et inclusive de la communauté LGBTQ+ qui travaille pour votre marque et fait avancer la cause de l'égalité LGBTQ+.

| | |
|--|----|
| Introduction | |
| <i>Une reconnaissance accrue exige une représentation accrue</i> | 4 |
| Première partie | |
| <i>Comprendre la communauté LGBTQ+</i> | 6 |
| <i>Questions à considérer – Communauté LGBTQ+</i> | 7 |
| Deuxième partie | |
| <i>Comprendre le rôle du genre</i> | 8 |
| <i>Questions à considérer – Au-delà du binaire</i> | 9 |
| <i>Questions à considérer – Communauté trans</i> | 11 |
| Troisième partie | |
| <i>Narration intersectionnelle dans les communautés LGBTQ+</i> | 12 |
| <i>Questions à considérer – Intersectionnalité</i> | 13 |
| Glossaire des termes | 15 |

Introduction

Une reconnaissance accrue exige une représentation accrue

Ces dernières années, d'importants changements dans la reconnaissance et la compréhension ont augmenté la visibilité LGBTQ+ dans les secteurs du marketing et des médias. À certains égards, il semble que le soutien aux personnes LGBTQ+ n'a jamais été aussi important aux yeux du public. Selon l'étude LGBTQ Inclusion in Advertising and Media, Advertiser and Agency Perspectives :



75 %

des personnes interrogées non LGBTQ disent être "très à l'aise" de voir des personnes LGBTQ dans les publicités¹



68 %

des consommateurs non LGBTQ vivent mieux l'idée d'acheter des produits d'entreprises qui présentent des personnes LGBTQ dans leurs publicités²

Mais cet espoir peut se révéler trompeur.

Alors que la communauté LGBTQ+ semble être de mieux en mieux acceptée, l'enquête montre que les personnes **LGBTQ+ restent largement sous-représentées dans les médias**. Une étude de 2018 du Geena Davis Institute sur le genre dans les médias a révélé



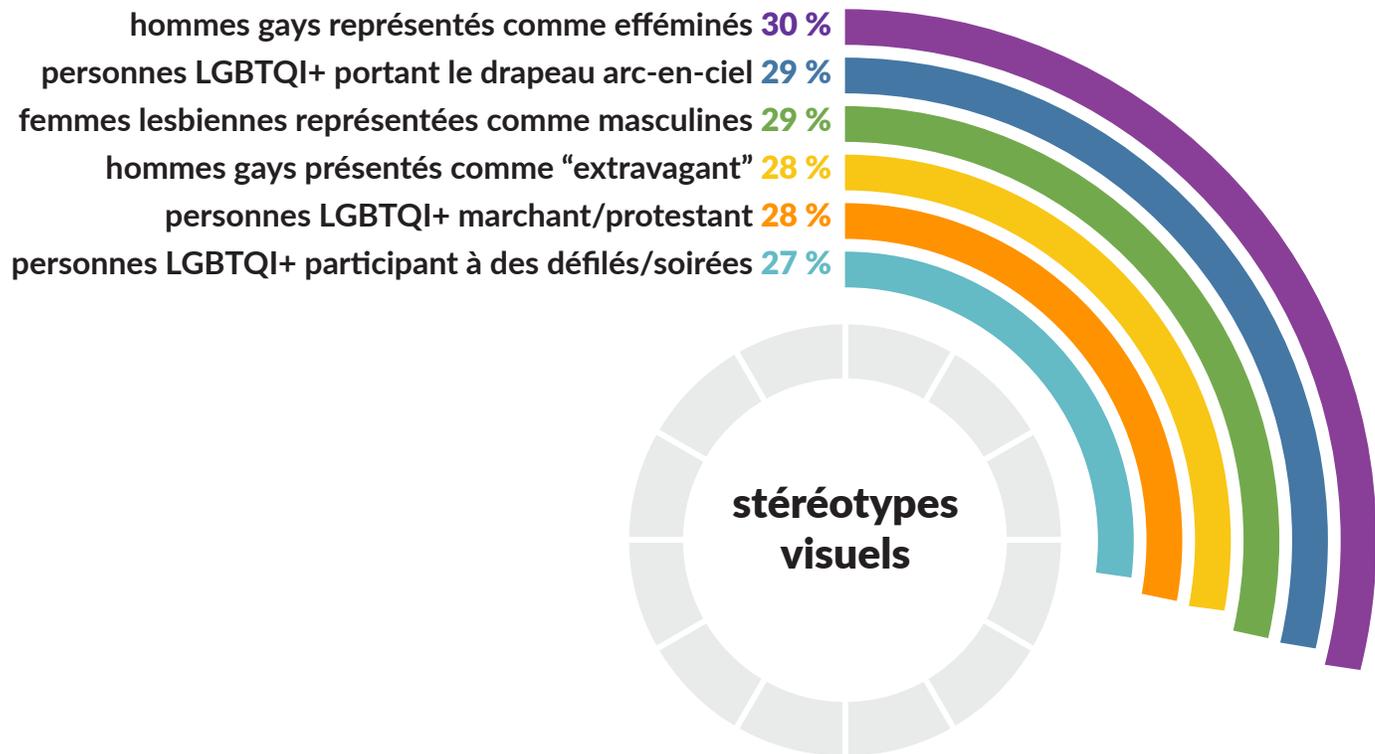
que seulement **1,8 %** des personnages des publicités présentées au Festival annuel des Cannes lions étaient LGBTQ+³



Les données exclusives de Getty Images ont révélé qu'à partir des visuels téléchargés en 2020, moins de **1 %** intègre des personnes ayant une identité LGBTQ+.⁴

Ce qui ne reflète pas vraiment la réalité.

À ce défi s'ajoute le problème que les images et les vidéos utilisées sont souvent limitées à des stéréotypes faux ou obsolètes et ne représentent souvent pas l'éventail complet des personnes qui composent cette communauté diversifiée et dynamique.. La plus récente recherche Visual GPS Getty Images a révélé que la représentation actuelle des personnes LGBTQ+ reste limitée et stéréotypée⁵:



Les hommes efféminés, les femmes masculines et les drapeaux arc-en-ciel font en effet partie de la communauté LGBTQ+, mais ces images ont été surreprésentées et peuvent donc apparaître comme des clichés. Il est important d'inclure une large gamme de visuels à côté des images les plus couramment utilisées.

Votre chance de vous démarquer et de vous connecter.

Ce manque de représentation adéquate et authentique est un défi, mais aussi une grande opportunité pour les créatifs, les professionnels du marketing et les secteurs de la publicité et des médias. La montée en puissance de la représentation des personnes LGBTQ+ aide à montrer que vous mettez l'accent sur l'inclusion. Ces choix visuels vous permettent de vous engager publiquement en faveur des LGBTQ+ et de montrer votre soutien et votre intérêt pour ces publics, tout au long de l'année.

Première partie

Comprendre la communauté LGBTQ+

À quoi correspondent ces lettres et ce plus ?

Il s'agit d'un long acronyme auquel quelques lettres ont été ajoutées ces dernières années. Qui compose la communauté LGBTQ+, large et diversifiée, et à quoi correspondent chacune de ces lettres et le signe plus ?

Le sigle **LGBTQ** regroupe les **lesbiennes, gays, bi-sexuels, transgenres, et queers**. Le **+** a été ajouté pour **indiquer qu'il existe de nombreux autres termes que les gens peuvent utiliser pour décrire leurs orientations sexuelles et leur identité de genre**—par exemple, pansexuel, asexuel, non-binaire, genderqueer, questionnement sur le genre...

Les lesbiennes, les homosexuels, les bisexuels et les queers font référence à votre orientation sexuelle, à qui vous êtes attiré.e de manière romantique.

Plus qu'une orientation sexuelle.

Le terme **transgenre** fait référence à l'identité de genre (Êtes-vous un homme, une femme ou une personne non-binaire ? Cette identité de genre correspond-elle au sexe qui vous a été attribué à la naissance ?). Il est important de noter que l'orientation sexuelle est différente de l'identité de genre et doit être traitée de cette façon.

QUESTIONS

pour approfondir
**la communauté
LGBTQ+**

Posez-vous les questions suivantes :

- *Utilisez-vous de vraies personnes LGBTQ+ plutôt que des acteur.trice.s ou des modèles pour représenter la communauté LGBTQ+ dans vos visuels ?*
- *Dans quels scénarios les personnes LGBTQ+ apparaissent-elles le plus souvent ? Montrez-vous des personnes LGBTQ+ au travail ? Chez elles ? À l'école ? En voyage ? Sur des lieux de culte ?*
- *Montrez-vous uniquement des personnes LGBTQ+ dans des histoires romantiques ou en tant que parents ? Qu'en est-il des personnes LGBTQ+ sans partenaire, pleinement épanouies ?*
- *Montrez-vous des personnes LGBTQ+ pleinement épanouies et positives et ayant des expériences partagées à la fois au sein et en dehors de leurs communautés ? Avec leurs groupes d'ami.e.s de toutes identités ? Avec une variété de structures familiales (par exemple, avec ou sans enfants, multigénérationnelle, etc.) ? Avec des collègues ?*

La représentation compte. Dans les pays où les personnes LGBTQ+ sont davantage représentées dans le contenu visuel, elles rapportent qu'elles sont moins confrontées aux préjugés.⁶

Deuxième partie

Comprendre le rôle du genre

Aller au-delà du binaire.

Beaucoup de gens confondent et associent le sexe biologique, l'identité de genre et l'expression de genre. Pour comprendre le concept multicouche du genre, il est utile de s'en pencher sur les trois séparément.

Sexe biologique : *Le corps physique créé par les chromosomes, les gènes, les hormones - en gros, ce que le médecin écrit sur votre acte de naissance*

Identité de genre : *Un sens interne de soi par lequel vous connaissez votre sexe - généralement homme, femme ou non-binaire*

Expression de genre : *Les signes externes que nous utilisons pour communiquer le genre (nom, pronoms, longueur des cheveux, vêtements, etc.)*

Certaines personnes ont une expression de genre qui se déplace de manière fluide entre les idées traditionnelles du masculin et du féminin. Les hommes peuvent vouloir s'habiller d'une manière plus "traditionnellement" féminine, tandis que les femmes peuvent vouloir s'habiller d'une manière plus masculine. Avoir une expression de genre fluide est un choix pour tout le monde, pas seulement pour les personnes trans et non-binaires.

Toutes les personnes trans ne sont pas de genre non conforme. Certaines femmes trans sont assez féminines et certains hommes trans sont conventionnellement masculins. Les personnes qui ont une identité de genre non-binaire peuvent avoir une expression de genre androgyne, ou pas ! Chaque personne est unique.



84 % sont d'accord avec le fait que "les gens devraient être libres d'exprimer leur genre à travers des vêtements, des coiffures ou des manières"⁷



78 % sont d'accord avec le fait que "la société ne devrait pas essayer d'imposer la conformité aux rôles de genre traditionnels"⁸

QUESTIONS

pour approfondir
Au-delà du binaire

- Montrez-vous des personnes qui ne correspondent peut-être pas parfaitement à une définition binaire du genre ? (par exemple, non-binaire, agendre, genderfluid, genderqueer ou d'autres personnes de genre non conforme ?)
- Avez-vous réfléchi à la façon dont vos images pourraient renforcer les stéréotypes de genre ? (par exemple, les rôles de genre, certains types de vêtements, certains choix de couleurs, etc.)
- Décrivez-vous un large éventail d'expressions de genre en termes d'habillement, d'apparence etc. ?
- Avez-vous envisagé les scénarios dans lesquels vous présentez des personnes de genre non conforme ? Sont-il.elle.s montré.e.s au sein d'une communauté ou participent-il.elle.s à des activités de la vie quotidienne (travail, école, etc.) ?
- Incluez-vous des personnes de genre non conforme avec une variété d'orientations sexuelles différentes ?
- Les personnes de genre non conforme dans votre imagerie représentent-elles une diversité d'âges, de races et d'autres intersections d'identité ?

Le genre est une partie compliquée et hautement personnelle de l'identité d'une personne. Il peut différer considérablement selon les cultures et les groupes socio-économiques, et constitue un aspect évolutif, coloré et très important de la communauté LGBTQ+ qui mérite une représentation visuelle appropriée.

Comprendre le rôle du genre

Représentation trans.

Pour les personnes transgenres, leur identité de genre diffère du sexe qui leur a été attribué à la naissance.

Représenter visuellement la communauté transgenre est un élément particulièrement important pour faire progresser notre compréhension collective du genre. Les personnes transgenres ont joué un rôle dans les cultures et les sociétés à travers l'histoire, même si elles ont utilisé des mots différents pour décrire leurs expériences.

Les résultats de la recherche Visual GPS Getty Images révèlent que les personnes transgenres sont les moins représentées dans les visuels qu'elles voient dans les médias. En outre, lorsqu'elles sont incluses, elles sont, pour la plupart représentées comme exclues de la communauté.⁴ Les mêmes résultats ont montré que les images mettant en scène des personnes transgenres sont beaucoup moins susceptibles de les montrer éprouvant de la joie, dans des contextes quotidiens typiques, dans le cadre d'une famille, dans un environnement de bureau ou dans une position de pouvoir. Corriger cet absence avec des images authentiques et dynamiques peut permettre de faire avancer le changement des perceptions.

Narration intersectionnelle dans les communautés LGBTQ+

Au cours de la dernière année, **les recherches sur Getty Images utilisant le terme 'trans'** ont augmenté de



Malgré une prise de conscience, **les personnes transgenres apparaissent dans**



des visuels téléchargés sur Getty Images.¹⁰

QUESTIONS pour approfondir la communauté Trans

- Représentez-vous des membres de la communauté trans dans votre contenu ?
- Comment les personnes transgenres sont-elles présentées dans votre contenu ? Sont-il.elle.s présenté.e.s au sein d'une communauté avec des ami.e.s, de la famille et/ou des partenaires romantiques ? Participent-il.elle.s à des activités de la vie quotidienne, au travail, à l'école, etc.?
- Êtes-vous concentré.e sur les aspects des personnes transgenres au-delà du fait qu'elles sont transgenres ? Mettez-vous en valeur leurs personnalités ? Montrez-vous leurs passe-temps ou leurs intérêts ?
- Incluez-vous des personnes transgenres avec une variété d'orientations sexuelles différentes ? Hétérosexuel.le ? Gay ? Lesbienne ? Bisexuel.le ? Pansexuel.le ? Queer ?
- Les personnes transgenres que vous présentez représentent-elles une diversité d'âges, de races et d'autres intersections d'identité ?

Troisième partie

L'image dominante des personnes LGBTQ+ dans le marketing et les médias reste jeune, blanche, aisée et masculine. Cela va à l'encontre des expériences des autres personnes LGBTQ+ et crée des préjugés au sein de la communauté.

Définir l'intersectionnalité

La professeure et avocate, Kimberlé Crenshaw a inventé le terme d'intersectionnalité il y a plus de 30 ans pour reconnaître la manière dont nos catégorisations sociales créent des systèmes de discrimination ou de désavantage qui se chevauchent et sont interdépendants. Penchons-nous sur quelques exemples de comment cela fonctionne :

Une femme queer de couleur en situation de handicap peut être marginalisée ou discriminée sur la base de son sexe, de son orientation sexuelle et de ses capacités, ou tout à la fois.

Un homme transgenre de grande taille peut bénéficier de certains privilèges d'être un homme (bien que ce privilège soit subordonné au fait que les autres ne sachent pas que la personne est trans). Mais en même temps, il peut être marginalisé ou discriminé parce qu'il est transgenre mais aussi parce que c'est une personne de grande taille.

Intersectionnalité et discrimination

Selon une étude menée par NPR, les taux de discrimination sont encore plus élevés chez les personnes LGBTQ+ de couleur que chez leurs homologues blancs, en particulier lorsqu'il s'agit de postuler à des emplois ou d'interagir avec la police.¹¹

En outre, les personnes en situation de handicap, et les personnes âgées en particulier, se trouvent exclues de l'imagerie LGBTQ+ et, à leur tour, se trouvent confrontées à des préjugés accrus à la fois de l'extérieur et de l'intérieur de la communauté LGBTQ+.



1 personne sur 3 victime de discrimination en raison de son handicap est également victime de discrimination en raison de sa race ou son origine ethnique.¹²



1 personne sur 2 victime de discrimination en raison de son handicap est également victime de discrimination en raison de son âge.¹³

QUESTIONS

considérer
l'intersectionnalité.

- Montrez-vous des personnes LGBTQ+ de différentes races et ethnies ?
- Lorsque vous présentez des couples LGBTQ+, tenez-vous compte de la race et de l'origine ethnique des partenaires (sont-ils/elles principalement des couples monoraciaux, des couples interracialisés, etc.) ?
- Comptez-vous sur le “symbole” et faites-vous simplement un effort symbolique ou minimal pour représenter la race/l'ethnicité ou humanisez-vous et racontez-vous des histoires solides et authentiques de Noirs, Indigènes ou personnes de couleur (BIPOC) qui sont également LGBTQ+ ?
- Qu'en est-il des personnes LGBTQ+ de plus de 40 ans ? Plus de 50 ans ? Plus de 60 ans ? Les personnes LGBTQ+ plus âgées sont-elles présentées de manière positive ?
- Les personnes LGBTQ+ sont de toutes formes et tailles. Sélectionnez-vous des images qui montrent des personnes de différents types de corps vivant une vie bien remplie et active ?
- Certaines personnes LGBTQ+ sont en situation de handicap. Montrez-vous des personnes LGBTQ+ avec un handicap au travail ? Qu'est-ce qui est en jeu ? Expérimenter toutes les expériences de vie ?

Les identités LGBTQ+ se chevauchent ou se recoupent avec tous les autres groupes possibles d'un nombre infini de manières. Pour présenter de manière authentique les personnes LGBTQ+, cela doit se refléter dans les images que vous choisissez d'inclure dans la publicité et le marketing.

Les personnes LGBTQ+ méritent une représentation authentique.

Le pouvoir de l'imagerie inclusive réside dans sa capacité à présenter la communauté LGBTQ+ comme dynamique et diversifiée, et en même temps totalement accessible. Plus une image est authentique, plus elle résonnera et favorisera une plus grande sensibilisation, acceptation et compréhension. L'authenticité est la clé de la confiance et de la crédibilité, et cruciale pour représenter toutes les personnes LGBTQ+ avec humanité et dignité.

Glossaire des termes

Cette sélection de termes clés est conçue pour vous aider à mieux comprendre certains des langages les plus couramment utilisés lors des discussions sur l'orientation sexuelle et le genre. Les termes ont été divisés en deux sections, Orientation sexuelle et Identité de genre, pour aider à élaborer sur ces deux domaines complexes et en évolution permanente.

Comprendre la langue de la communauté est la première étape pour établir une connexion authentique avec la diversité de personnes qui la compose.

LGBTQ+ : acronyme pour lesbienne, gay, bisexuel, transgenre, queer, intersexe et asexuelle. Les L, G, B et Q sont utilisés pour décrire l'orientation sexuelle d'une personne, tandis que le T fait référence à l'identité de genre.

Orientation sexuelle :

Orientation sexuelle : une attirance émotionnelle, romantique ou sexuelle inhérente ou immuable envers les autres. L'identité de genre et l'orientation sexuelle sont deux choses différentes.

Gay : une personne qui s'identifie comme homme qui est attirée émotionnellement, romantiquement ou sexuellement par des membres du même sexe.

Lesbienne : une personne qui s'identifie comme femme qui est attirée émotionnellement, romantiquement ou sexuellement par d'autres femmes.

Bisexuel : Une personne qui a la capacité de former des attirances physiques, romantiques et/ou émotionnelles durables envers des membres du même sexe ou des membres d'un autre sexe. Les individus peuvent ressentir cette attraction de différentes manières et à différents degrés au cours de leur vie.

Queer : Adjectif utilisé par certaines personnes, en particulier les plus jeunes, dont l'orientation sexuelle n'est pas exclusivement hétérosexuelle (par exemple, personne queer, femme queer). En règle générale, pour ceux qui s'identifient comme queer, les termes lesbiennes, gays et bisexuels sont perçus comme trop restrictifs et/ou chargés de connotations culturelles qu'il.elle.s estiment ne pas s'appliquer à eux. Certaines personnes peuvent utiliser queer, ou plus communément genderqueer, pour décrire leur identité de genre et/ou leur expression de genre (cf. non-binaire et/ou genderqueer ci-dessous). Autrefois considéré comme un terme péjoratif, queer a été récupéré par certaines personnes LGBT pour se décrire ; cependant, ce n'est pas un terme universellement accepté, même au sein de la communauté LGBT. Lorsque Q est utilisé à la fin de LGBT, cela signifie généralement queer et, moins souvent, en questionnement.

Pansexuel : décrit quelqu'un qui a le potentiel d'attraction émotionnelle, romantique ou sexuelle pour des personnes de tout sexe, mais pas nécessairement simultanément, de la même manière ou au même degré.

Coming out : Un processus d'acceptation de soi tout au long de la vie. Les individus se construisent d'abord une identité LGBTQ, puis ils peuvent la révéler aux autres. Partager publiquement son identité peut, ou non, faire partie du coming out.

Out : Une personne qui s'identifie comme LGBTQ dans sa vie personnelle, publique et/ou professionnelle. Par exemple : *Ricky Martin est une pop star de Porto Rico qui a fait son outing. Préféré à ouvertement gay.*

Identité de genre :

Identité de genre : Le sens le plus profond de soi en tant qu'homme ou femme. Pour certaines personnes, leur identité de genre ne correspond pas parfaitement à l'un de ces deux choix (cf. non-binaire ci-dessous). Contrairement à l'expression de genre, l'identité de genre n'est pas visible pour les autres. L'identité de genre d'une personne peut être identique ou différente de son sexe attribué à la naissance.

Expression de genre : Manifestations externes du genre, exprimées par le nom, les pronoms, les vêtements, la coupe de cheveux, le comportement, la voix et/ou les caractéristiques physiques d'une personne. La société identifie ces indices comme masculins et féminins, bien que ce qui est considéré comme masculin ou féminin change avec le temps et varie selon la culture. Certaines personnes se conforment à ces rôles socialement définis du masculin et du féminin, tandis que d'autres ne le font pas. Enfreindre les rôles d'expression de genre ne rend pas une personne transgenre.

Transgenre : il s'agit d'un terme générique pour les personnes dont l'identité et / ou l'expression de genre est différente des attentes culturelles en fonction du sexe qui leur a été attribué à la naissance. Les femmes trans sont des femmes, les hommes trans sont des hommes et les personnes non-binaires ont une identité de genre autre que ces deux choix. Les personnes transgenres peuvent avoir n'importe quel type d'expression de genre. Et comme l'identité de genre est différente de l'orientation sexuelle, les personnes trans peuvent avoir n'importe quelle orientation sexuelle : hétéro, gay, lesbienne, bisexuelle, etc.

Non-binaire : un adjectif décrivant une personne qui ne s'identifie pas exclusivement comme un homme ou une femme. Les personnes non-binaires peuvent s'identifier comme étant à la fois un homme et une femme, quelque part entre les deux, ou comme complètement en dehors de ces catégories. Bien que beaucoup s'identifient également comme transgenres, toutes les personnes non-binaires ne le font pas. D'autres termes que vous pourriez entendre et qui sont associés au champ non-binaire : genderqueer, gender fluid, agenre et bigenre.

Genre non-conforme : terme utilisé pour décrire les personnes dont l'expression de genre est différente des attentes conventionnelles de la masculinité et de la féminité. Notez que toutes les personnes de genre non conforme ne sont pas transgenres, et toutes les personnes transgenres ne sont pas non plus de genre non conforme.

En transition : le processus par lequel certaines personnes s'efforcent d'aligner plus étroitement leur connaissance interne du genre avec son apparence extérieure. Certaines personnes effectuent une transition sociale en changeant leur façon de s'habiller et/ou en utilisant un nouveau nom et de nouveaux pronoms. Certaines personnes effectuent une transition sociale en changeant leur façon de s'habiller et/ou en utilisant un nouveau nom et de nouveaux pronoms.

Cisgenre : terme utilisé pour décrire une personne qui n'est pas transgenre. Il s'agit d'un synonyme de personne non transgenre. L'identité de genre d'une personne cisgenre correspond au sexe qui lui a été attribué à la naissance.

Pronoms : Les pronoms comme il/elle et elle/elle sont sexués et lorsque nous les utilisons pour décrire quelqu'un.e, nous les sexuons. Les hommes trans utilisent généralement les pronoms il/lui et les femmes trans utilisent généralement les pronoms elle/elle. Les personnes non-binaires utilisent généralement la forme singulière de they ("they" en anglais n'a pas d'équivalent en français - ils/elles) comme moyen d'affirmer que leur genre n'est ni homme ni femme. Remarque : dans d'autres langues, les noms et les verbes peuvent également être sexués. Dans les pays où les langues sont genrées, les personnes non-binaires s'efforcent d'identifier de nouvelles façons de parler du fait d'être une personne non-binaire.

En savoir plus :

GLAAD's Media Reference Guide—Transgender

Guide de style transgenre qui comprend des termes à connaître et des directives pour l'utilisation du nom propre et des pronoms.

<https://www.glaad.org/reference/transgender>

FAQ Transgenre

En savoir plus sur les personnes trans et les enjeux qui les concernent.

<https://www.glaad.org/transgender/transfaq>

Tips for Allies of Trans People

En savoir plus sur comment être un.e allié.e des personnes trans.

<https://www.glaad.org/transgender/allies>

Rejoignez la discussion.

gettyimages[®]

Contact paige.mccrensky@gettyimages.com,
mary.cirinocione@gettyimages.com et
tristen.norman@gettyimages.com, suivez-nous
sur LinkedIn, Instagram, Twitter et FaceBook.



Contact : press@glaad.org

Auteur.trice.s contributeur.trice.s de GLAAD : Alex Schmider, DaShawn Usher, Jeremy Blacklow, Megan Townsend, Monica Trasandes, Nick Adams, Raina Deerwater, Ross Murray

Notes de bas de page

1. GLAAD et P&G, "The Visibility Project," 2021
2. GLAAD et P&G, "The Visibility Project," 2021
3. Institut Geena Davis sur le genre dans les médias, ""Bias & Inclusion in Advertising : An Analysis of 2019 Cannes Lions Work," 2020
4. Getty Images, Top 1 Million Downloads, 2020
5. Getty Images Visual GPS, printemps 2021
6. Getty Images Visual GPS, printemps 2021
7. Getty Images Visual GPS, printemps 2021
8. Getty Images Visual GPS, printemps 2021
9. Getty Images, Top 1 million de recherches YOY 2020 vs. 2019
10. Getty Images, Top 1 Million téléchargements, 2020
11. NPR, "For LGBTQ+ People of Color, Discrimination Compounds," November 2017 (<https://www.npr.org/2017/11/25/564887796/for-lgbtq-people-of-color-discrimination-compounds>)
12. Getty Images Visual GPS, été 2021
13. Getty Images Visual GPS, été 2021