Edelman Trust Barometer 2021

21 AÑOS DE CONFIANZA

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Aumento de la influencia de las ONG	La caída del CEO	Earned Media: más creíble que la publicidad	Las empresas estadounidenses en Europa sufren un descenso en la confianza	Confianza Pasa de las "Autoridades" a los a los colegas	Una "persona como yo" emerge como vocero creíble	Las empresas son más confiables que el gobierno y los medios de comunicación	Los jóvenes confían más en las empresas	La confianza en las empresas se desploma	El rendimiento y la transparencia son esenciales para la confianza	Las empresas deben asociarse con el gobierno para recuperar la confianza

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	**2021**
La caída del gobierno	Crisis de liderazgo	Las empresas lideran el debate del cambio	La confianza es fundamental para la innovación	Creciente desigualdad de la confianza	La confianza en crisis	La batalla por la confianza	La confianza en el trabajo	Confianza: competencia y ética	**Declarando la bancarrota de la información**

21° EDELMAN TRUST BAROMETER

Metodología

Encuesta virtual en 28 países*

+ 33,000 encuestados

El trabajo de campo del Edelman Trust Barometer 2021 se realizó desde el 19 de octubre al 18 de noviembre de 2020

**Los promedios totales de los 27 mercados del Trust Barometer 2021 (para la población general, la población masiva y el público informado) no incluyen a Nigeria*

Margen de error de los datos globales de 27 mercados: Población general +/- 0,6% (N=31.050); público informado +/- 1,3% (N=6.000); población general +/- 0,6% (N=25.050+); media muestra de población general online global +/- 0,8% (N=15.525).

Margen de error de los datos específicos de cada país: Población general +/- 2,9% (N=1.150); público informado +/- 6,9% (N=min 200, varía según el país), excepto China y EE.UU. +/- 4,4% (N=500) y Nigeria +/- 9,8% (N=100); población masiva +/- 3,0% a 3,6% (N=min 736, varía según el país), excepto Nigeria +/- 2,9% (N=1.125).

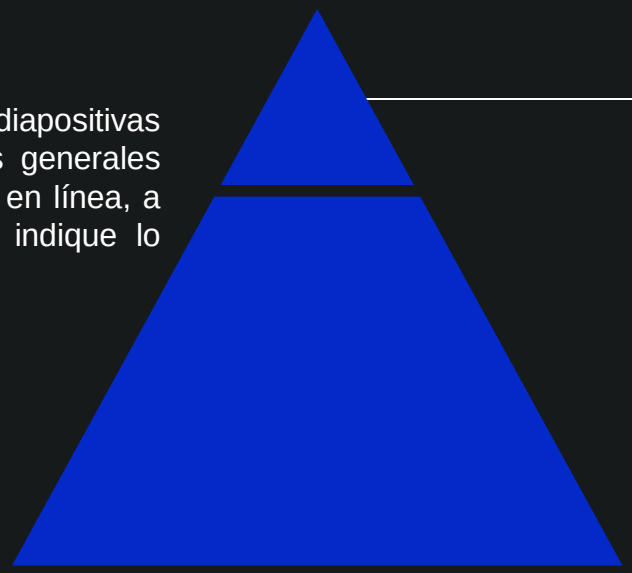
U.S. Post-Election Supplement margin of error: +/- 2.5% (N=1,500).
U.S. Post-Election Supplement ethnicity-specific data margin of error: Non-Hispanic White +/- 3.3% (N=894); all others +/- 4.0 (N=607).

Público general

1,150
encuestados por país

Edades
18+

Todas las diapositivas muestran datos generales de la población en línea, a menos que se indique lo contrario.



Público informado

500 encuestados en Estados Unidos y China. 100 encuestados en Nigeria. 200 en todos los demás países

Representa el 17% del total de la población mundial

Deben cumplir con 4 criterios

- Tener de 25-64 años
- Tener un título universitario
- Estar en el 25% superior de los ingresos de los hogares por grupo de edad en cada país
- Estar relacionado con la información sobre políticas públicas y las noticias empresariales.

Población general

Toda la población que no incluye el público informado.

Representa el 83% de la población total

En Colombia bajamos 5 puntos en el índice de confianza general

Índice de confianza

Desconfianza (1-49) | Neutral (50-59) | Confianza (60-100)

Cambio, 2020 a 2021: - 0 +

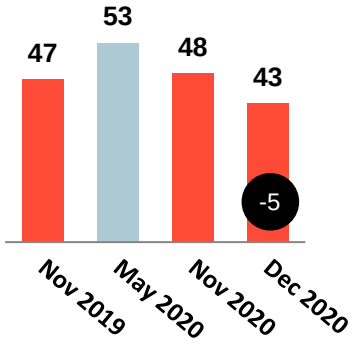
16 países ganaron confianza, 9 países perdieron confianza siendo Colombia uno de ellos

2020 Público general	
54	**Global 27**
82	China
79	India
73	Indonesia
66	Tailandia
65	EAU
62	México
62	Singapur
61	Arabia Saudita
60	Malasia
57	Kenia
57	Países bajos
53	Canadá
53	Colombia
51	Brasil
50	Corea del Sur
49	Argentina
49	Italia
47	Australia
47	EE.UU.
46	Alemania
45	Francia
45	Irlanda
45	España
44	S. Africa
42	Japón
42	Reino Unido
30	Rusia

2021 Público general		YtY Cambio
56	**Global 27**	+2
77	India	-2
72	**China**	-10
72	Indonesia	-1
69	Arabia Saudita	+8
68	Singapur	+6
67	EE.UU	+2
66	Malasia	+6
63	Países Bajos	+6
61	Tailandia	-5
59	Australia	+12
59	Kenia	+2
59	México	-3
56	Canadá	+3
53	Alemania	+7
52	Italia	+3
51	Brasil	0
50	Irlanda	+5
48	Colombia	-5
48	Francia	+3
48	S. Africa	+4
48	**EE.UU.**	+1
47	Argentina	-2
47	Corea del Sur	-3
45	España	0
45	Reino Unido	+3
40	Japón	-2
31	Rusia	+1

Descenso anual, récord en el Índice de Confianza de China

Índice de confianza de EE.UU



2021 Edelman Trust Barometer. El Índice de Confianza es el porcentaje medio de confianza en las ONG, las empresas, el gobierno y los medios de comunicación. TRU_INS. A continuación se muestra una lista de instituciones. Para cada una de ellas, indique en qué medida confía en que esa institución hace lo correcto. Escala de 9 puntos; casilla 4 superior, confianza. Población general, media de 27 mkt.

En Colombia el público informado confía menos

Indice de confianza

Desconfianza (1-49) | Neutral (50-59) | Confianza (60-100)

En el público informado bajamos 13 puntos

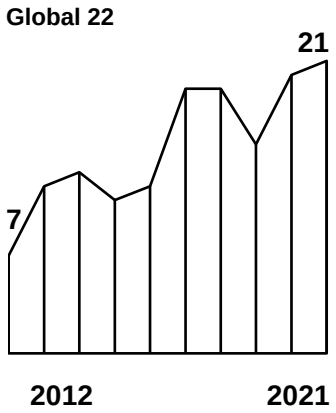
2020 Público informado	
68	Global 27
86	India
86	Arabia Saudita
83	Indonesia
82	China
79	Países Bajos
79	EAU
78	Malasia
77	Australia
76	Singapur
75	Tailandia
66	Italia
66	Mexico
65	Francia
65	Kenia
65	S. Africa
64	Canadá
63	Irlanda
62	Brasil
62	Alemania
62	EE.UU
59	Colombia
59	Corea del Sur
59	Reino Unido
57	España
56	Argentina
52	Japón
52	Nigeria*
41	Rusia

2021 Público informado		Diferencia de confianza
52	Global 27	16
68	China	14
68	Indonesia	15
67	India	19
67	Arabia Saudita	19
66	Singapur	10
65	EAU	14
63	Malasia	15
62	Países Bajos	17
58	Kenia	7
56	Mexico	10
56	Tailandia	19
55	Australia	22
55	Canadá	9
52	Alemania	10
51	Italia	15
49	Nigeria*	3
48	Irlanda	15
47	Brasil	15
46	Colombia	13
45	Francia	20
44	Argentina	12
44	S. Africa	21
44	España	13
44	EE.UU	18
43	Corea del Sur	16
43	Reindo Unido	16
39	Japón	13
28	Rusia	13

Récord de desigualdad de confianza

DESIGUALDAD DE CONFIANZA DE DOS DÍGITOS EN UN NÚMERO RÉCORD DE PAÍSES

de países con desigualdad de confianza de dos dígitos

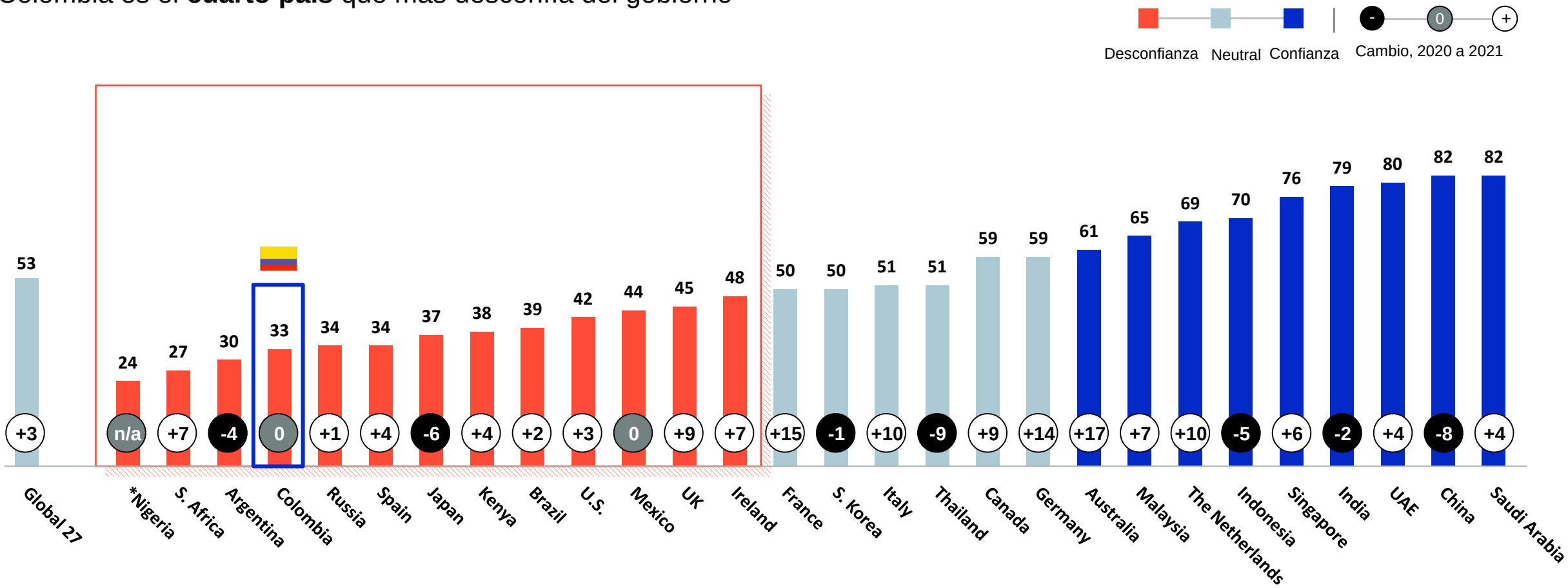


2021 Edelman Trust Barometer. El Índice de Confianza es el porcentaje medio de confianza en las ONG, las empresas, el gobierno y los medios de comunicación. TRU_INS. A continuación se muestra una lista de instituciones. Para cada una de ellas, indique en qué medida confía en que esa institución hace lo correcto. Escala de 9 puntos; casilla 4 superior, confianza. Población general, media de 27 mkt.

*Nigeria no está incluida en el promedio global

LA CONFIANZA EN EL **GOBIERNO** ESTÁ 20 PUNTOS POR DEBAJO DEL PROMEDIO GLOBAL

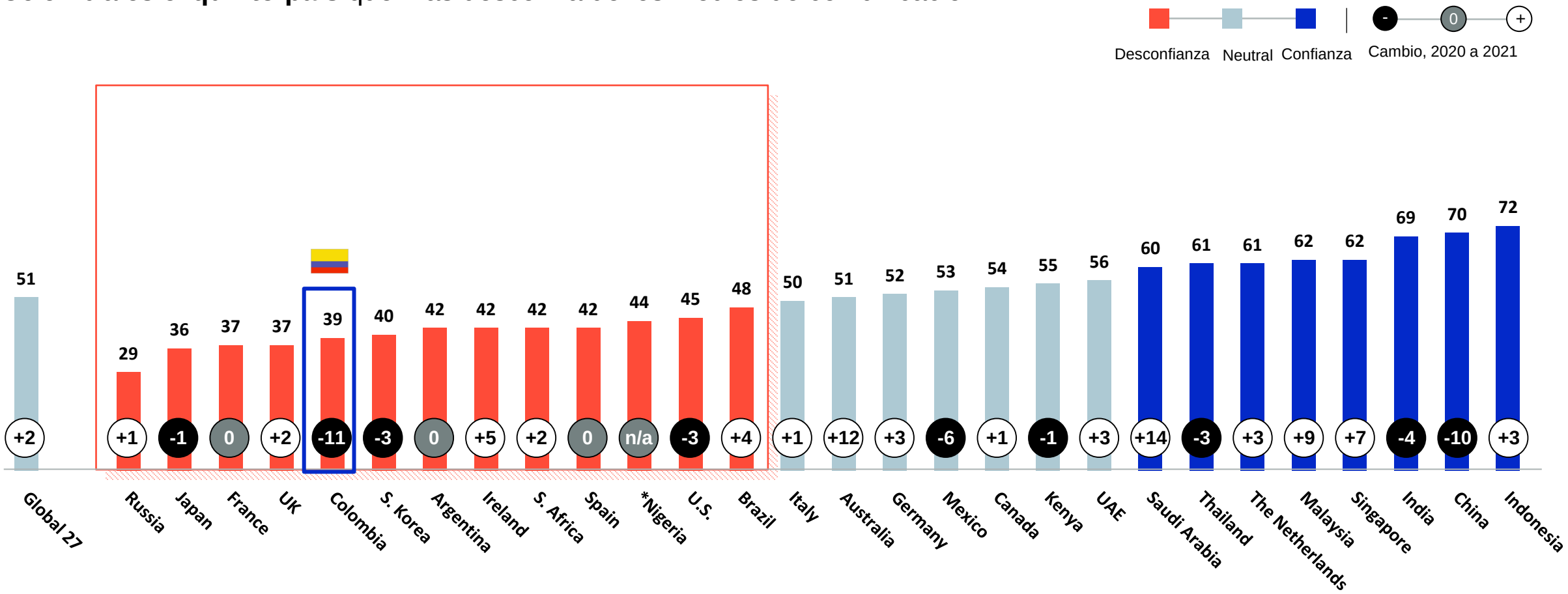
Colombia es el **cuarto país** que más desconfía del gobierno



2021 Edelman Trust Barometer. TRU_INS. [Government in general] Below is a list of institutions. For each one, please indicate how much you trust that institution to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. General population, 27-mkt avg.
*Nigeria not included in the global average

LA CONFIANZA EN LOS **MEDIOS** ESTÁ12 PUNTOS POR DEBAJO DEL PROMEDIO GLOBAL

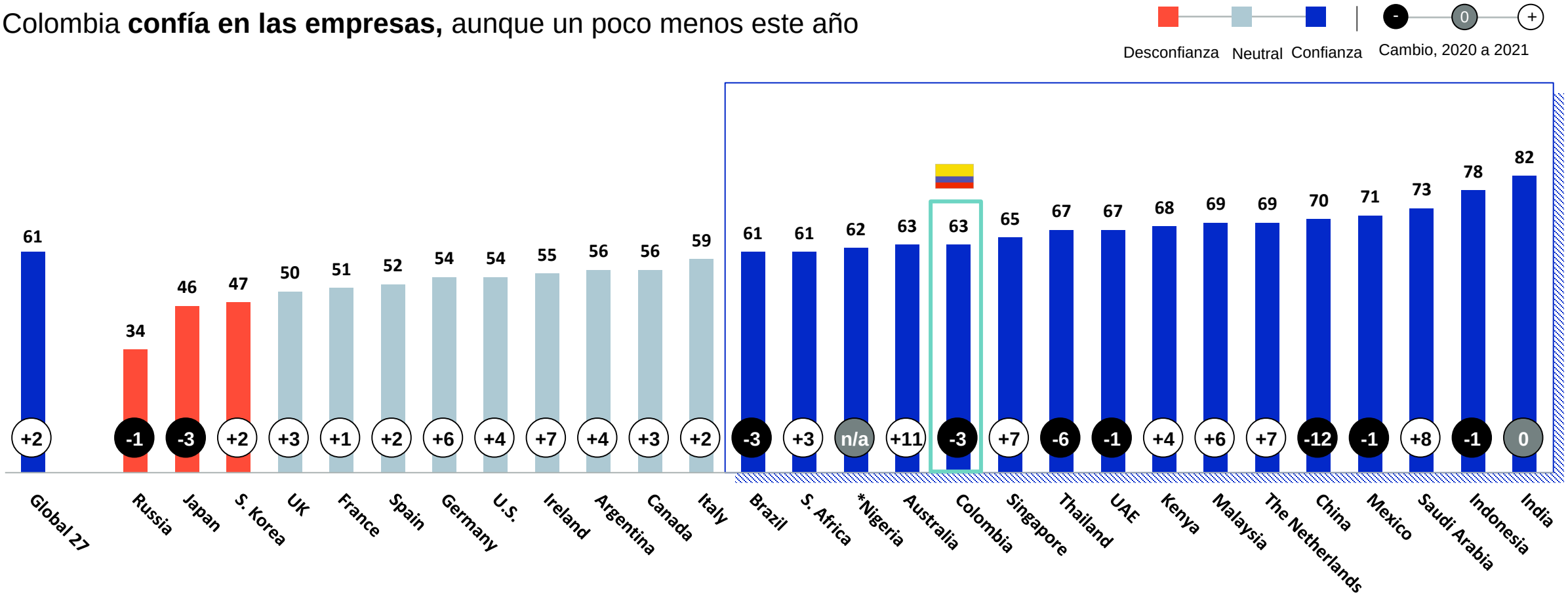
Colombia es el **quinto país** que más desconfía de los medios de comunicación



2021 Edelman Trust Barometer. TRU_INS. [Media in general] Below is a list of institutions. For each one, please indicate how much you trust that institution to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. General population, 27-mkt avg.
*Nigeria not included in the global average

LA CONFIANZA EN LAS **EMPRESAS** ESTÁ 2 PUNTOS POR ENCIMA DEL PROMEDIO GLOBAL

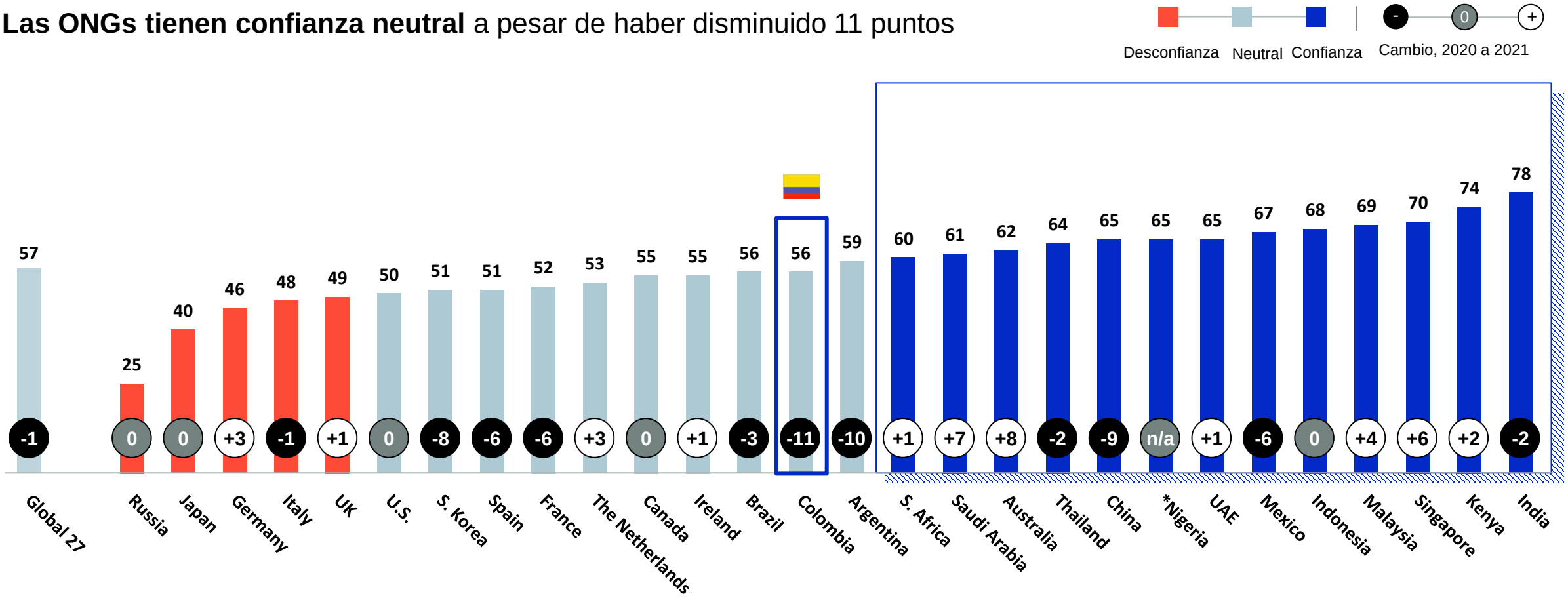
Colombia **confía en las empresas,** aunque un poco menos este año



2021 Edelman Trust Barometer. TRU_INS. [Business in general] Below is a list of institutions. For each one, please indicate how much you trust that institution to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. General population, 27-mkt avg.
*Nigeria not included in the global average

LA CONFIANZA EN **LAS ONGs** ESTÁ 1 PUNTO POR DEBAJO DEL PROMEDIO GLOBAL

Las ONGs tienen confianza neutral a pesar de haber disminuido 11 puntos



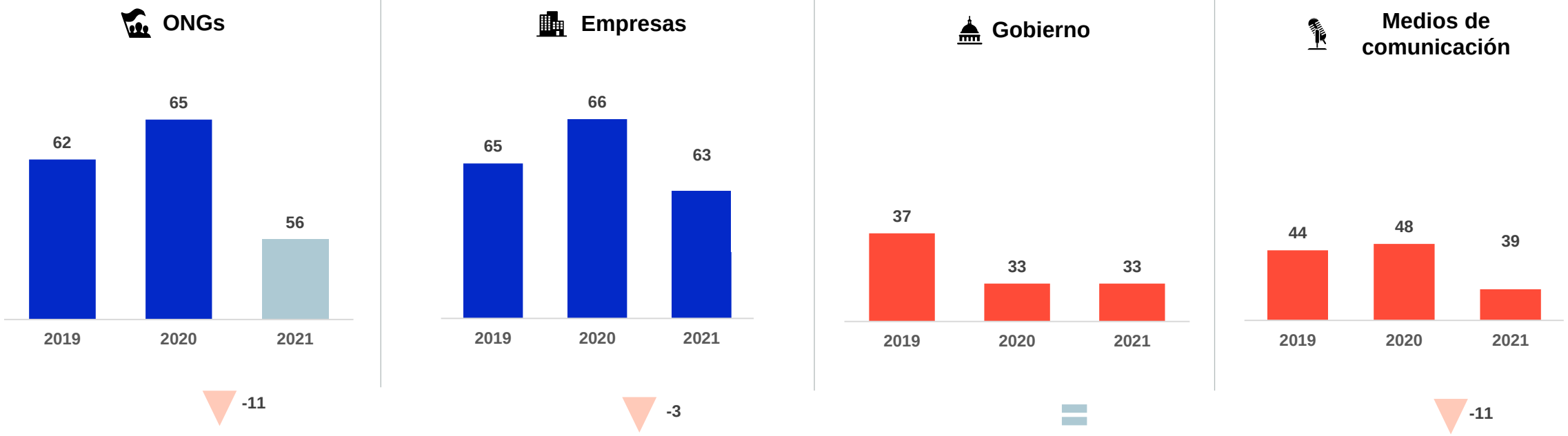
2021 Edelman Trust Barometer. TRU_INS. [NGOs in general] Below is a list of institutions. For each one, please indicate how much you trust that institution to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. General population, 27-mkt avg.
*Nigeria not included in the global average

LA PANDEMIA PONE A PRUEBA LA CONFIANZA

LA CONFIANZA EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS

Porcentaje de confianza en cada institución de 2019 a 2021

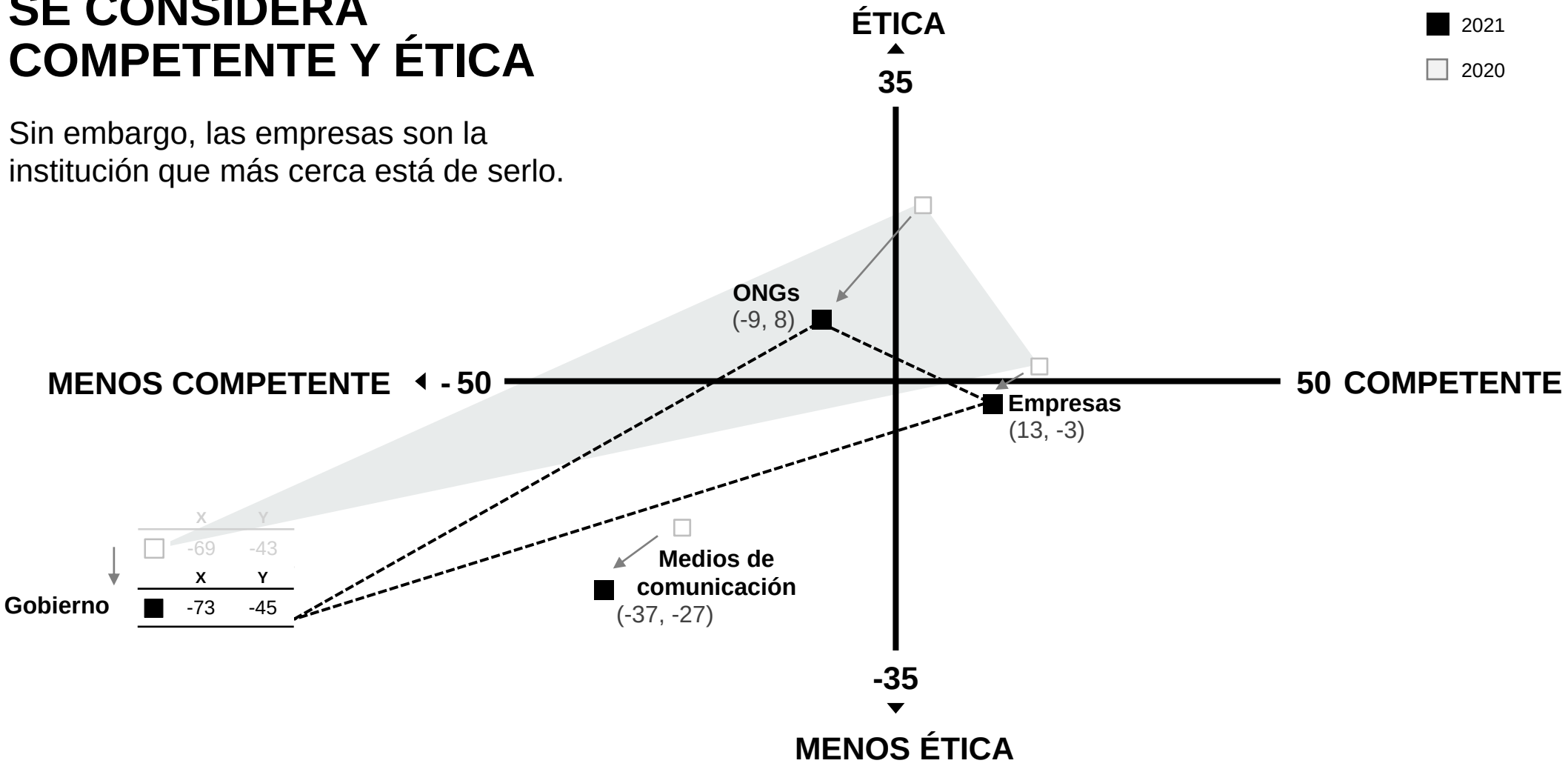
Desconfía Neutral Confía



2021 Edelman Trust Barometer. The Trust Index is the average percent trust in NGOs, business, government and media. TRU_INS. Below is a list of institutions. For each one, please indicate how much you trust that institution to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. General population, Colombia.

NINGUNA INSTITUCIÓN SE CONSIDERA COMPETENTE Y ÉTICA

Sin embargo, las empresas son la institución que más cerca está de serlo.



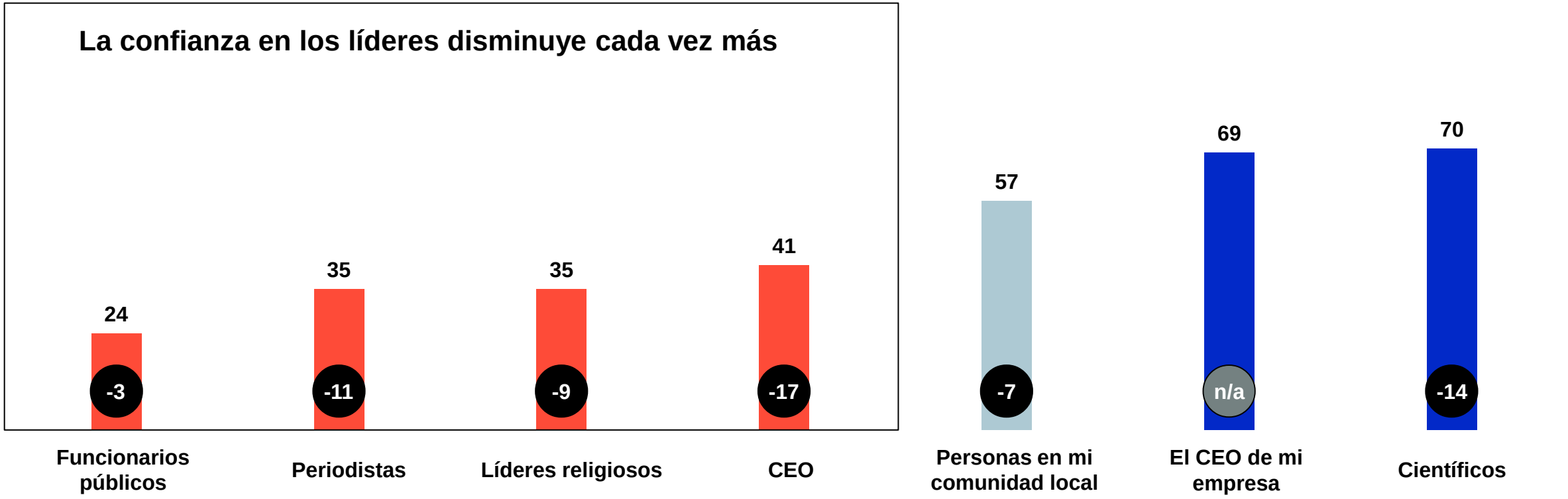
2021 Edelman Trust Barometer. The ethical scores are averages of nets based on INS_PER_DIM/1-4. Question asked of half of the sample. The competence score is a net based on TRU_3D_INS/1. Depending on the question it was either asked of the full of half the sample. General population, Colombia. For full details regarding how this data was calculated and plotted, please see the Technical Appendix.

CRISIS DE LIDERAZGO

LOS LÍDERES NO SON CONFIABLES PARA HACER LO QUE ESTÁ BIEN

Porcentaje de confianza en Colombia

Desconfianza Neutral Confianza | - 0 + Cambio, 2020 a 2021



2021 Edelman Trust Barometer. TRU_PEP. Below is a list of groups of people. For each one, please indicate how much you trust that group of people to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. Attributes shown to half of the sample; "My employer CEO" only shown to those that are an employee (Q43/1). General population, Colombia.

LÍDERES SOSPECHOSOS DE MENTIR Y DESINFORMAR

Porcentaje de colombianos a los que les preocupa que:

Los líderes gubernamentales están tratando de engañar a la gente a propósito, diciendo cosas que saben que son falsas o grandes exageraciones.

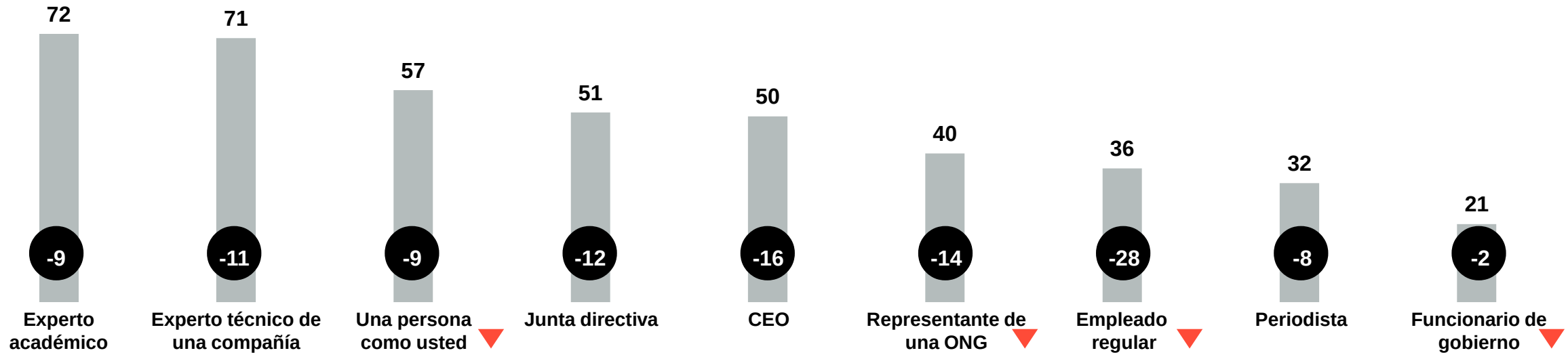
72%

Los líderes empresariales están tratando de engañar a la gente a propósito, diciendo cosas que saben que son falsas o grandes exageraciones.

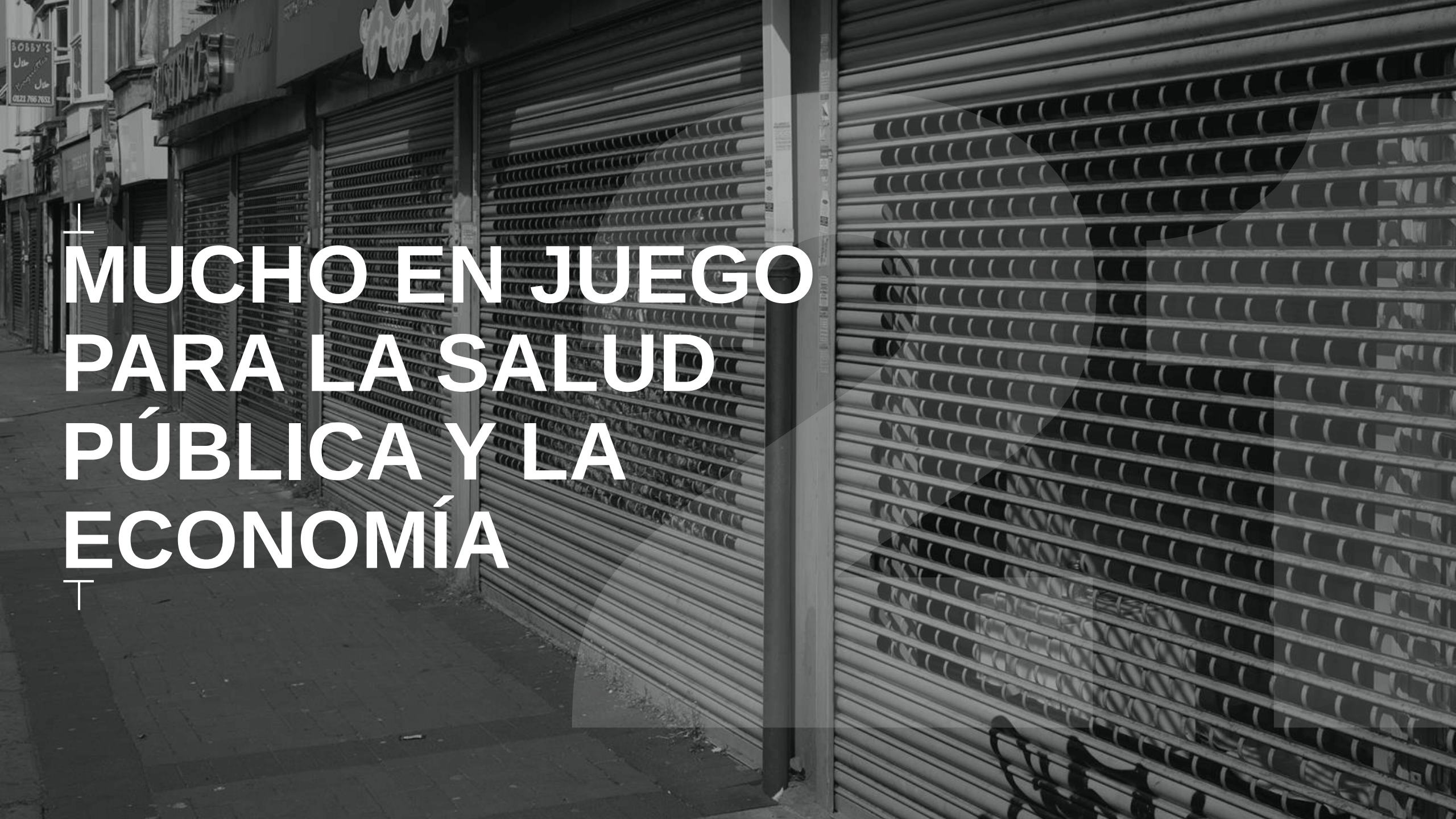
66%

2021 Edelman Trust Barometer. POP_EMO. Some people say they worry about many things while others say they have few concerns. We are interested in what you worry about. Specifically, how much do you worry about each of the following? 9-point scale; top 4 box, worry. Attributes shown to half of the sample. General population, Colombia.

TODOS LOS VOCEROS PIERDEN CREDIBILIDAD



2021 Edelman Trust Barometer. CRE_PPL. Below is a list of people. In general, when forming an opinion of a company, if you heard information about a company from each person, how credible would the information be--extremely credible, very credible, somewhat credible, or not credible at all? 4-point scale; top 2 box, credible. Question asked of half of the sample. General population, Colombia.



MUCHO EN JUEGO PARA LA SALUD PÚBLICA Y LA ECONOMÍA

¿EXISTE TEMOR POR LAS VACUNAS?

Porcentaje que dice que aceptará la vacuna COVID-19 durante el próximo año, de estar disponible.

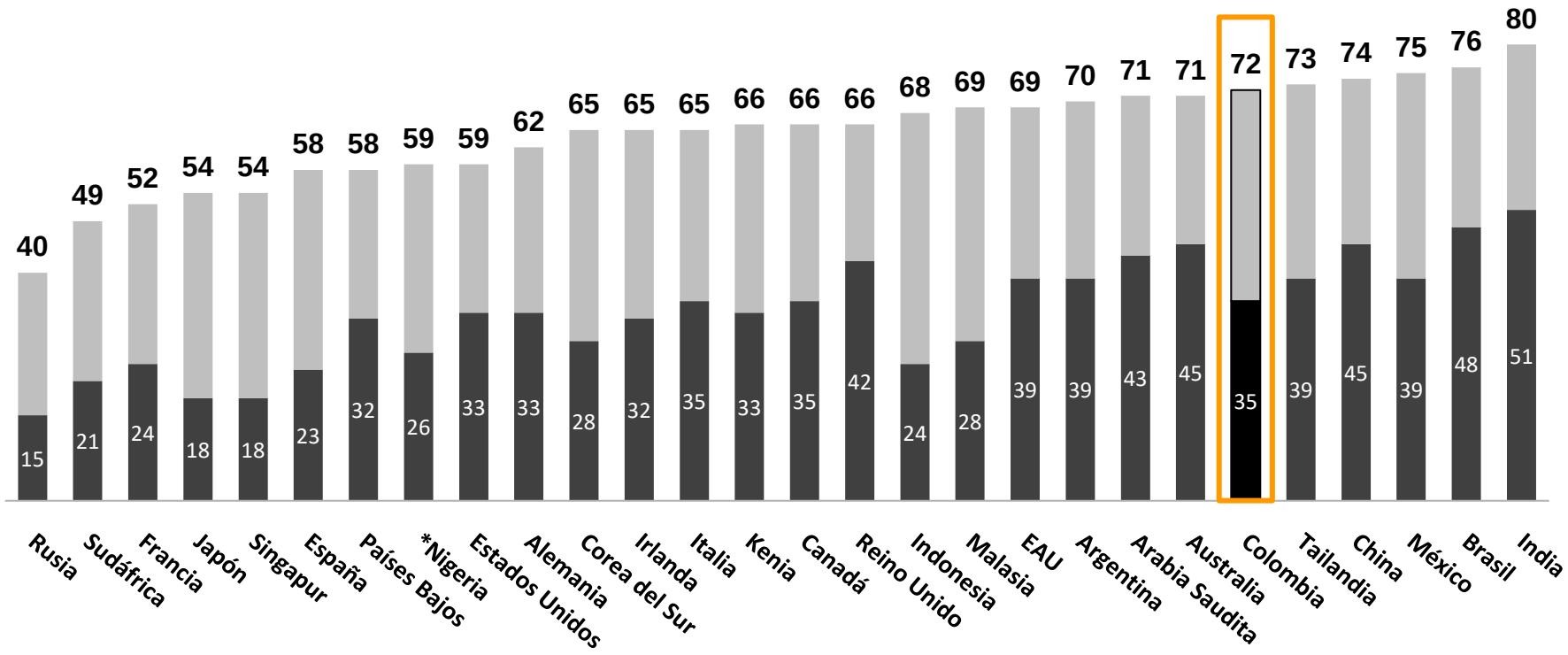
Global 27

64%

Disposición a vacunarse…

31	De seis meses a un año
33	Tan pronto como sea posible

Sólo 1 de cada 3 está dispuesto a recibir la vacuna lo antes posible



2021 Edelman Trust Barometer. VACCINE1. If and when a COVID-19 vaccine becomes available will you take it? Code 1, yes as soon as possible; code 2, yes, within a year. Question asked of half of the sample. General population, 27-mkt avg.
*Nigeria not included in the global average

LOS TEMORES PANDÉMICOS IMPIDEN EL REGRESO AL LUGAR DE TRABAJO

Porcentaje de colombianos que elige trabajar desde casa frente a elegir regresar al lugar de trabajo

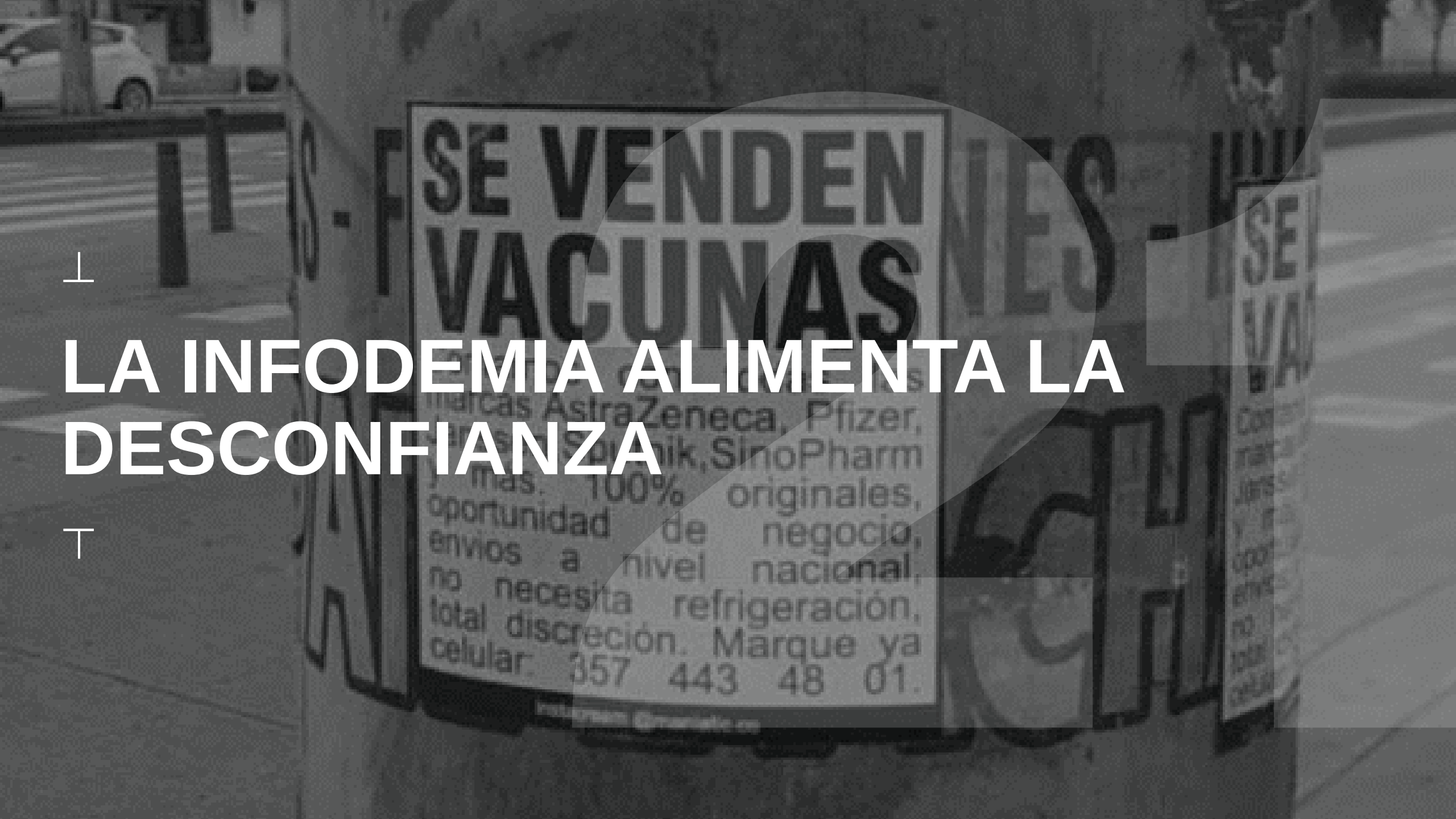
44% eligen **trabajar en casa**, por las siguientes razones:

Riesgo de COVID-19 mientras se desplaza / en la oficina (neto)	69
Soy más productivo	28
Mejor equilibrio entre la vida laboral y personal	37

56% eligen **regresar a la oficina**, por las siguientes razones:

Mi empleador me hace sentir Seguro	53
Soy más productivo	38
Equilibrio saludable entre el trabajo y la vida	18

2021 Edelman Trust Barometer. WRK_CHOICE. Which of the following best describes your current working situation? Question asked of those who are an employee (Q43/1). Data among employees that have a choice of working from home or their workplace. WHY_HOME. Why are you choosing to continue working from home even though you could return to the workplace if you wanted to? Select all that apply. Question asked of employees that are choosing to work from home (Q43/1 AND WRK_CHOICE/3). WHY_OFFICE. Why are you choosing to work at an office or other workplace even though you could work remotely if you wanted to? Select all that apply. Question asked of employees that are choosing to return to their workplace (Q43/1 AND WRK_CHOICE/4). General population, Colombia. COVID-19 risk while commuting / in office is a net of WHY_HOME/2-3.



LA INFODEMIA ALIMENTA LA DESCONFIANZA

MÁS DE LA MITAD DE LOS COLOMBIANOS CONSIDERA QUE LAS ORGANIZACIONES DE NOTICIAS ESTÁN SESGADAS

Porcentaje que está de acuerdo en Colombia

Los **periodistas** y reporteros intentan **engañar a la gente a propósito** diciendo cosas que saben que son falsas o grandes exageraciones.

73%

La mayoría de **organizaciones de noticias** se preocupan más por **apoyar una ideología o posición política** que por informar a su público.

72%

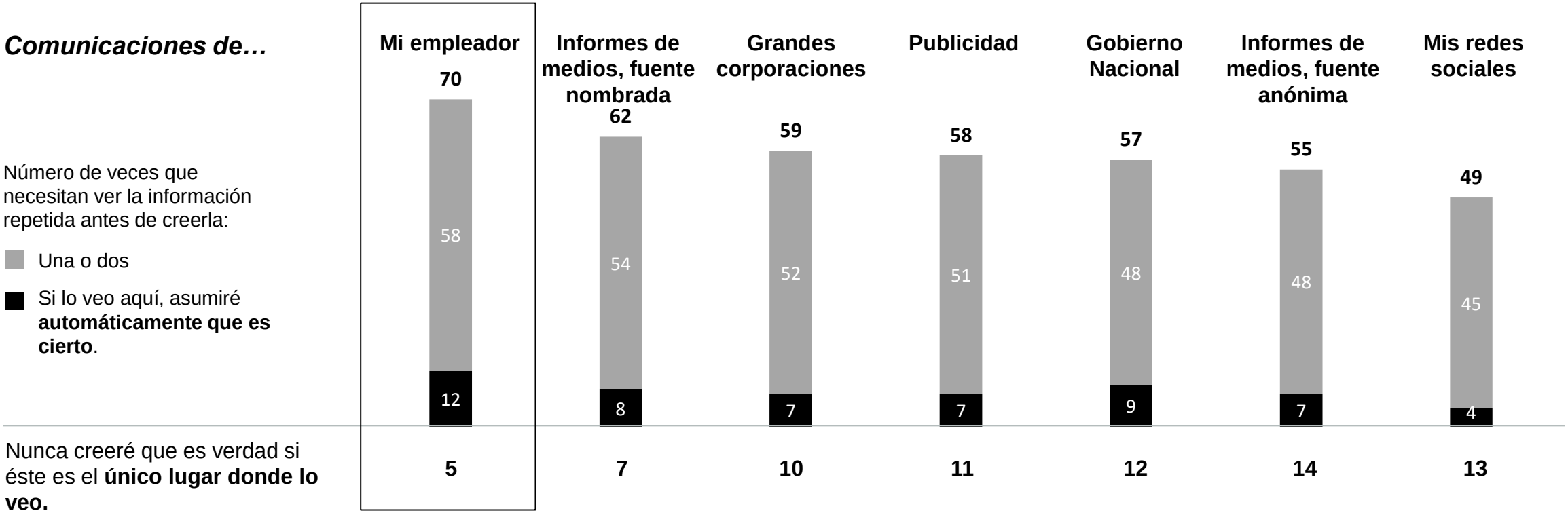
A los **medios de comunicación** no les está yendo bien en cuanto a ser **objetivos y no-partidistas.**

76%

2021 Edelman Trust Barometer. POP_EMO. Some people say they worry about many things while others say they have few concerns. We are interested in what you worry about. Specifically, how much do you worry about each of the following? 9-point scale; top 4 box, worry. Attributes shown to half of the sample. ATT_MED_AGR. Below is a list of statements. For each one, please rate how much you agree or disagree with that statement. 9-point scale; top 4 box, agree. Question asked of half of the sample. PER_MED. How well do you feel the media is currently doing each of the following? Please indicate your answer using the 5-point scale below. 5-point scale; bottom 3 box, not doing well. Question asked of half of the sample. General population, Colombia.

LAS COMUNICACIONES DE MI EMPLEADOR SON LAS MÁS CREIBLES

Porcentaje que cree información de cada fuente automáticamente, o después de verla dos veces o menos, en Colombia



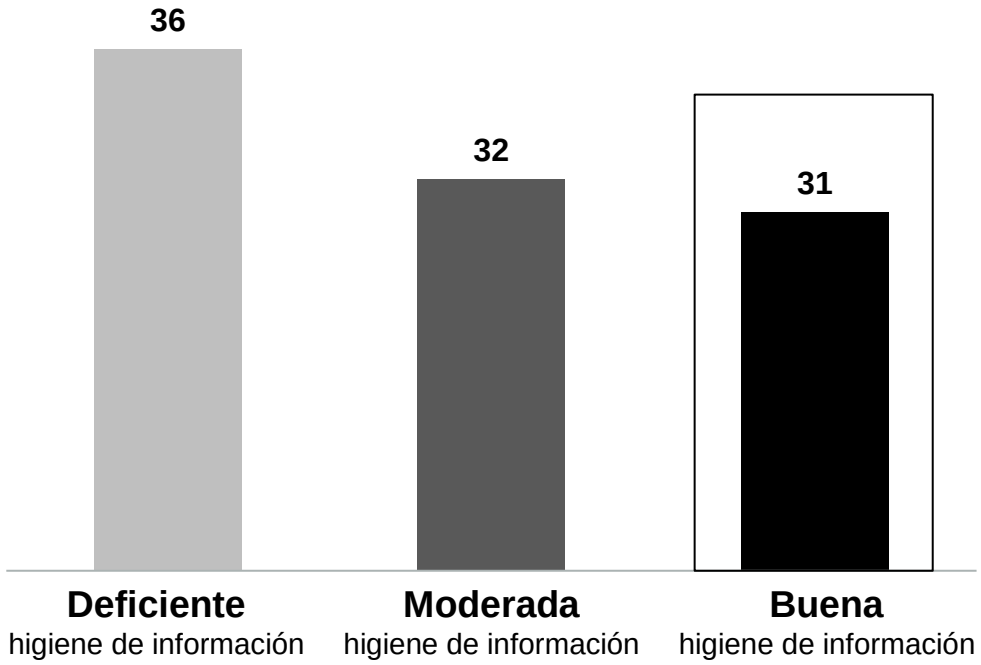
2021 Edelman Trust Barometer. HEAR_TIME1. When you see a new piece of information or a news story in each of the following information sources, how many times do you need to see it or hear it repeated in that same type of information source before you believe it is really true? Question asked of half of the sample. "Once or twice" is a sum of codes 2 and 3. General population, Colombia. "Employer communications" only shown to those that are an employee (Q43/1).

LA RELACIÓN DE BUENA HIGIENE DE LA INFORMACIÓN EN EL PAÍS, ES MENOR DE 1 POR CADA 3 PERSONAS

Higiene de información:

1. Compromiso con las noticias
2. Evitar las cámaras de eco de información
3. Verificar información
4. No amplificar la información no curada

Porcentaje en cada segmento



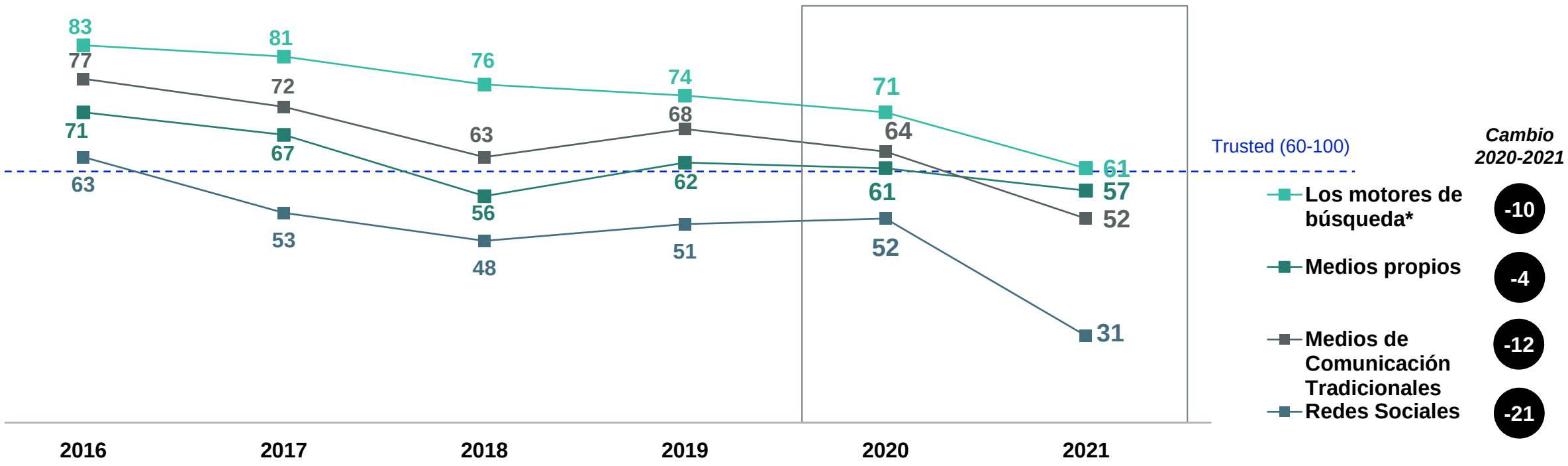
El **55 %** de los encuestados **comparte o reenvía noticias** que les parecen interesantes.

De ellos, **solo el 31%** tiene una **buena higiene de la información**.

2021 Edelman Trust Barometer. MED_SEG_OFT. How often do you engage in the following activities related to news and information? Indicate your answer using the 7-point scale below. 7-point scale; top 5 box, several times a month or more. General population, Colombia. For full details on how the Information Hygiene Scale was built, please refer to the Technical Appendix.

DISMINUCIÓN RECORD EN LA CONFIANZA PARA TODAS LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Porcentaje de confianza en cada fuente de noticias e información general, en Colombia



2021 Edelman Trust Barometer. COM_MCL. When looking for general news and information, how much would you trust each type of source for general news and information? 9-point scale; top 4 box, trust. Question asked of half of the sample. General population, Colombia.
*From 2012-2015, "Online Search Engines" were included as a media type. In 2016, this was changed to "Search Engines."

CAMBIO DE PRIORIDADES: SER CRÍTICO CON LA INFORMACIÓN ES MÁS IMPORTANTE AHORA

Cambio de importancia desde el año pasado (más importante, menos importante)

Cambio de importancia desde principios de año, en Colombia...	Cambio Neto	*Más Importante*	*Menos Importante*
Priorizar a **mi familia y sus necesidades**	**+78**	81	3
Mejorar mi **conocimiento mediatico**	**+67**	72	5
Aumentando mi **conocimiento científico**	**+62**	69	7
Ser **políticamente consciente**	**+60**	69	9
Hablar cuando veo la **necesidad de cambios y reformas**	**+52**	59	7

2021 Edelman Trust Barometer. IMP_VALUES. For each of the following, please indicate whether it has become more important to you, less important to you, or has stayed the same in importance, since last year. 5-point scale; top 2 box; more important; bottom 2 box, less important. Question asked of half of the sample. General population, Colombia. Net change is the difference between more and less important.

UN NUEVO MANDATO PARA LAS EMPRESAS

MI EMPLEADOR ES UN PILAR DE CONFIANZA, LA CONFIANZA ES LOCAL

Porcentaje de confianza en mi empleador

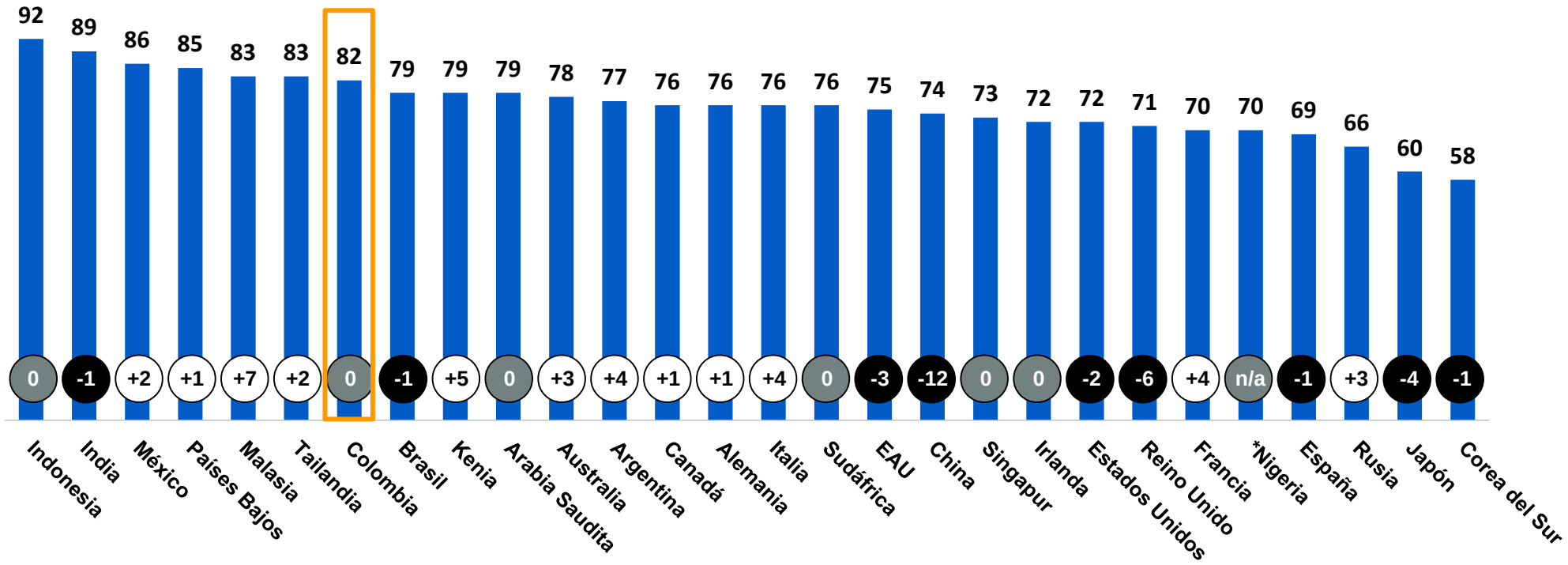
Desconfianza | Neutral | Confianza | Cambio, 2020 a 2021

Colombia

82
Mi empleador

Empresas	63
ONGs	56
Medios	39
Gobierno	33

Confianza en mi empleador estable o en aumento en 18 de 27 países



2021 Edelman Trust Barometer. TRU_INS. [Your employer] Below is a list of institutions. For each one, please indicate how much you trust that institution to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. General population, Colombia. Question asked among those who are employed (Q43/1).

SE ESPERA QUE LAS EMPRESAS SE INVOLUCREN Y LLENEN EL VACÍO DEJADO POR EL GOBIERNO

Porcentaje de acuerdo en Colombia

Los **directores ejecutivos deberían intervenir** cuando el gobierno no soluciona los problemas sociales.

68%

Los **directores ejecutivos deberían tomar la iniciativa** en el cambio en lugar de esperar a que el gobierno les imponga cambios.

67%

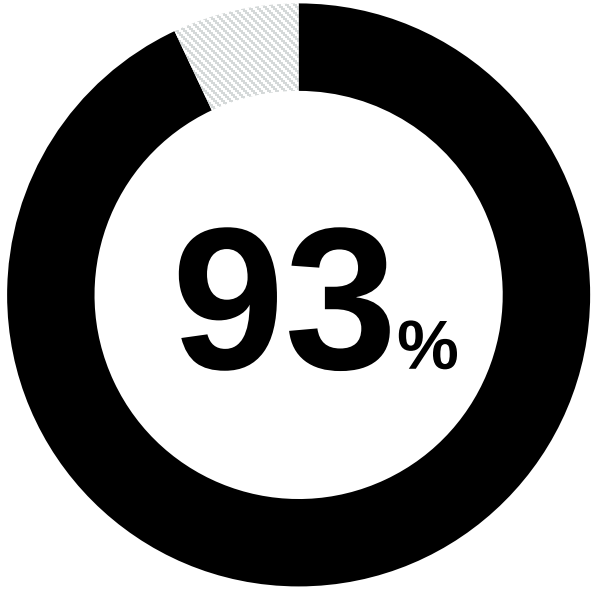
Los **directores ejecutivos deben rendir cuentas** al público y no sólo a la junta directiva o los accionistas.

49%

2021 Edelman Trust Barometer. CEO_EXP. Below is a list of potential expectations that you might have for a company CEO. Thinking about CEOs in general, whether they are global CEOs or a CEO who oversees a particular country, how would you characterize each using the following three-point scale? 3-point scale, sum of codes 2 and 3. Question asked of half of the sample. CEO_AGR. Thinking about CEOs, how strongly do you agree or disagree with the following statement? 9-point scale; top 4 box, trust. Question asked of half of the sample. General population, Colombia.

ADVOCATES, LOS CEOs DEBEN LIDERAR EN ASUNTOS SOCIALES

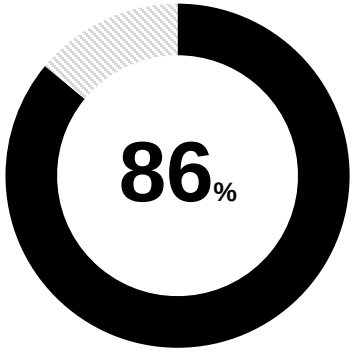
Porcentaje en Colombia que espera que los **directores ejecutivos se pronuncien públicamente** sobre uno o más de estos desafíos sociales



Colombia

Impacto de la pandemia	66
Automatización del trabajo	64
Asuntos sociales	54
Asuntos de la comunidad	51

Global



Impacto de la pandemia	59
Automatización del trabajo	51
Asuntos sociales	43
Asuntos de la comunidad	40

2021 Edelman Trust Barometer. CEO_SPEAK. Looking at the topics listed below, please select the ones you expect CEOs to currently be speaking out about publicly. Select all that apply. Question asked of half of the sample. General population, Colombia. CEO expectation to speak out is a net of attributes 1, 2, 5 and 7.

LAS EMPRESAS GANAN LA MAYOR CONFIANZA AL SER GUARDIANAS DE LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN

Porcentaje de probabilidad aumentada de confiar en el negocio asociado con un buen desempeño en cada acción

Cuándo estas acciones se realizan bien ...	Mayor probabilidad de confianza
Protegiendo la calidad de la información	**+5.8%**
Adoptando prácticas sostenibles	**+5.7%**
Respuesta robusta de salud y seguridad COVID-19	**+4.8%**
Impulsando la prosperidad económica	**+4.7%**
Pensar a largo plazo por encima de las ganancias a corto plazo	**+4.6%**

2021 Edelman Trust Barometer. Discrete choice analysis; results shown are marginal effects on likelihood to trust. PER_BUS. How well do you feel business is currently doing each of the following? 5-point scale; top 2 box, doing well. Question asked of half of the sample. TRU_INS. Below is a list of institutions. For each one, please indicate how much you trust that institution to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. General population, 27-mkt avg. For a full explanation of how this data was calculated, please see the Technical Appendix.

CAMBIO DE EXPECTATIVAS DE LOS EMPLEADOS: LA SEGURIDAD Y LA EXPERIENCIA IMPORTAN MÁS

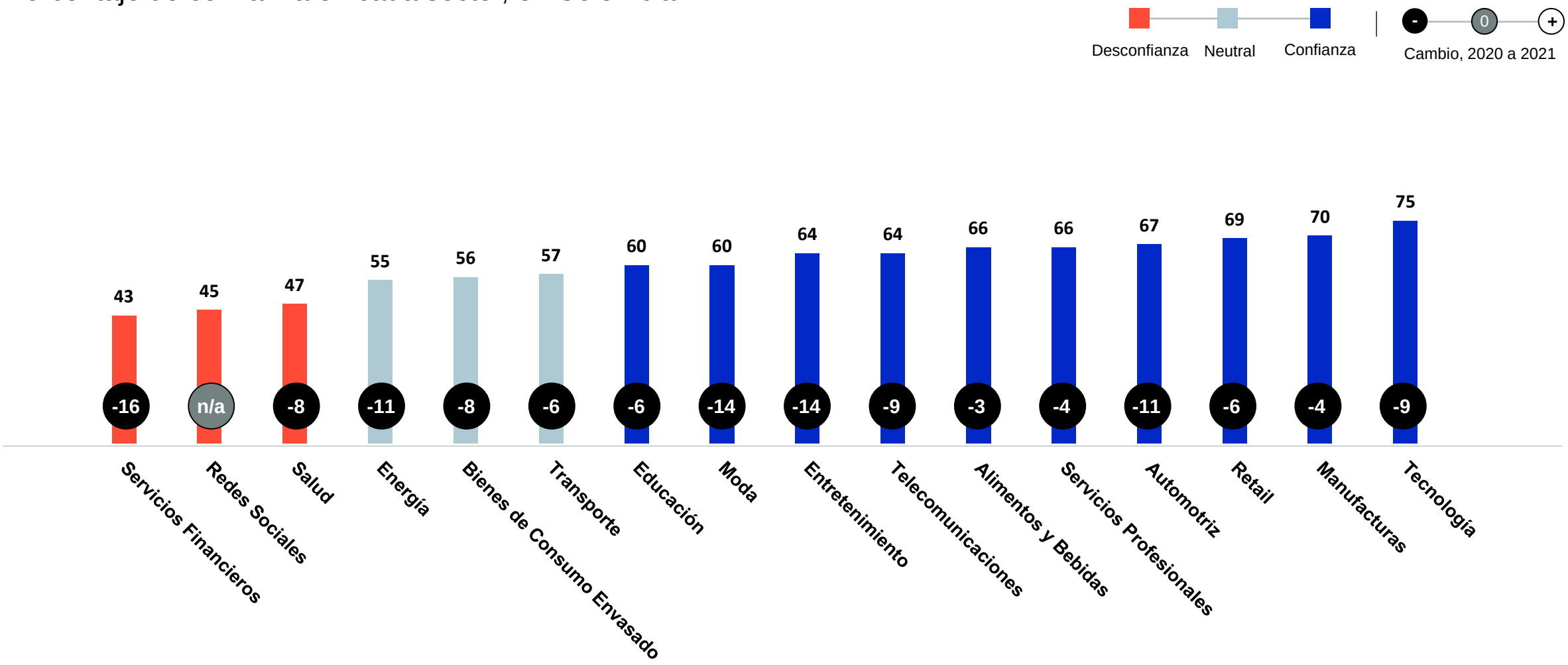
Cambio de importancia desde el año anterior (más importante al menos importante)

Cambio de importancia como atributo empleador desde el inicio del año en Colombia ...	Cambio Neto	*Más Importante*	*Menos Importante*
Mantenga a los trabajadores y clientes seguros	**+66**	72	6
Programas de capacitación laboral	**+62**	69	7
Fuerza laboral diversa y representativa	**+56**	63	7
Comunicaciones regulares con los empleados	**+56**	63	7

2021 Edelman Trust Barometer. EMP_IMP_VAL. When considering an organization as a potential place of employment, please indicate whether each of the following has become more important to you, less important to you, or has stayed the same in importance since last year. 5-point scale; top 2 box; more important; bottom 2 box, less important. Question asked of those who are an employee (Q43/1). General population, Colombia. Net change is the difference between more and less important.

CRISIS DE CONFIANZA, LA CONFIANZA SE REDUCE EN TODOS LOS SECTORES

Porcentaje de confianza en cada sector, en Colombia



2021 Edelman Trust Barometer. TRU_IND. Please indicate how much you trust businesses in each of the following industries to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. Industries shown to half of the sample. General population, Colombia.

SECTORES ECONÓMICOS A LO LARGO DEL TIEMPO

Porcentaje de confianza en cada sector, en Colombia

Desconfianza Neutral Confianza

Cambio, 2016 a 2021

Industria	2016	2017	2018	2019	2020	2021	6 año. Tendencia
Tecnología	86	87	88	86	84	75	-11
Automotriz	77	82	81	81	78	67	-10
Alimentos y bebidas	76	79	66	73	69	66	-10
Entretenimiento	78	80	73	78	78	64	n/a
Telecomunicaciones	70	77	73	74	73	64	-6
Bienes de consumo envasados	69	72	65	65	64	56	-13
Energía	65	68	71	73	66	55	-10
Salud	48	57	35	54	55	47	n/a
Servicios Financieros	65	66	59	61	59	43	-22

2021 Edelman Trust Barometer. TRU_IND. Please indicate how much you trust businesses in each of the following industries to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. Industries shown to half of the sample. General population, Colombia.

SURGIENDO DE LA BANCARROTA DE INFORMACIÓN

1

Negocios: adoptar un mandato ampliado

Los directores ejecutivos deben liderar cuestiones que van desde la sostenibilidad y el racismo sistémico hasta la mejora de las competencias. Actúa primero, habla después.

2

Lidere con hechos, actúe con empatía

Los líderes sociales deben tener el coraje de hablar francamente, pero también deben sentir empatía y abordar los temores de la gente.

3

Proporcione contenido confiable

Todas las instituciones deben proporcionar información veraz, imparcial y confiable.

4

No lo hagas solo

Las empresas, el gobierno, las ONG y otros deben encontrar un propósito común y emprender acciones colectivas para resolver los problemas sociales.

La libertad es la libertad de decir que dos más dos son cuatro. Si eso es concedido, todo lo demás sigue.

— George Orwell