

Los medios de comunicación y su influencia sociocultural, son, según Freidenberg (2016, p.1):

Los medios de comunicación son una industria o una empresa, un poder importante en el espacio individual, familiar y social; mediadores políticos que canalizan y crean opinión pública (elemento decisivo en el proceso de elaboración de las políticas públicas); instrumentos de cultura y vehículos de difusión de obras culturales; mecanismos a través de los cuales los individuos perciben el mundo que los rodea.

Referencia bibliográfica:

Freidenberg, F. (2004). Los medios de comunicación de masas ¿También son actores?.

*Los medios de comunicación de masas ¿También son actores?.* Salamanca.

Disponible

desde

<https://campus.usal.es/~dpublico/areacp/materiales/Mediosdecomunicacion.p>

[df](#)