

A segunda edição de 2017 da *Revista Internacional de Folkcomunicação* oferece aos leitores e leitoras um conjunto de 15 artigos, além de entrevista e resenhas, que versam sobre aspectos diversos da cultura e das práticas midiáticas sob a luz da teoria da folkcomunicação.

A *Revista* apresenta o dossiê “Culturas populares no cenário das mídias digitais”, organizado por Marcelo Sabbatini (Universidade Federal de Pernambuco) e Ivan Bomfim (Universidade Estadual de Ponta Grossa), com nove artigos de pesquisadores de diferentes regiões do país que desenvolvem estudos sobre as apropriações tecnológicas e seus impactos nas manifestações culturais. O ciberativismo nas redes sociais, as experiências envolvendo o uso das tecnologias em aldeia indígena e pela juventude negra, a produção audiovisual associada ao ensino de Ciências, as mídias digitais em contexto eleitoral, os relacionamentos virtuais, o folk-game, o ciberespaço e as expressões identitárias são temas dos trabalhos que compõem a edição.

A seção Artigos Gerais conta com três trabalhos em que a abordagem do folkmarketing é tomada como referência para a análise de fenômenos culturais. No artigo *Folkmarketing aplicado ao B2B: Uma estratégia de relacionamento*, de Thainá Yukari Kusuki de Campos, Míriam Cristina Carlos Silva e Thífani Postali, o conceito do segmento B2B (*business-to-business*) é discutido em sua relação com o folkmarketing como estratégia de relacionamento e aproximação com o cliente, na perspectiva da cultura regional. Em “*Bebendo na Fonte da Tradição*”: o Folkmarketing e os Festejos Farroupilhas, os autores Valdir Jose Morigi e Doris Couto analisam as tradições gaúchas e as representações identitárias a partir das marcas presentes no Acampamento Farroupilha. E, em *Marca Paixão de Cristo de Nova Jerusalém: uma análise na perspectiva do folkmarketing e desenvolvimento local em Fazenda Nova/PE*, Simone Maria da Conceição e Severino Alves de Lucena Filho observam as apropriações de referências religiosas e os processos associados ao consumo de produtos locais.

Aspectos da cultura local e regional são tematizados em outros três trabalhos que valorizam experiências midiáticas desenvolvidas em contextos específicos. *A regionalização como elemento para o desenvolvimento local*, de Bruna Franco Castelo Branco Carvalho; *Narrativas da cidade e folk-ativismo no rádio em Sobral (CE)*, de Claudiene dos Santos Costa; e

Neocoronelismo e o discurso popular no Nordeste: uma análise folkcomunicação nas eleições de 2014 na Paraíba, de Ítalo Rômany de Carvalho Andrade e Severino Alves de Lucena Filho, trazem leituras socioculturais sobre as produções (folk)midiáticas em cenários de identificação local.

A edição traz ainda uma entrevista com Renato Ortiz, realizada por Sonia Regina da Cunha, em que o pesquisador da Unicamp discute o conceito de diversidade na sociedade contemporânea, apresentando relações e tensionamentos com a noção de universalismo, tema de seu mais recente livro. Na seção Resenhas, Andriolli Costa analisa o trabalho e a contribuição de Januária Cristina Alves, no livro *Abecedário de Personagens do Folclore Brasileiro* (2017), e Andréa Karinne Albuquerque Maia apresenta uma síntese da coletânea *Folkcomunicação e novas abrangências do Desenvolvimento Local* (2017).

As contribuições para os estudos de folkcomunicação estão contempladas nos temas, diálogos teóricos, apropriações conceituais e análises singulares presentes nos textos publicados na presente edição. Que a leitura inspire reflexões e motive novos estudos folkcomunicacionais!

Karina Janz Woitowicz