



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Departamento de Audiovisuais e Publicidade  
Habilitação em Audiovisual

## **A Estética Fotográfica em Canais de YouTube**

Brasília  
Julho de 2019  
MARIANE DE SOUZA SILVA

## **A Estética Fotográfica em Canais de YouTube**

Memória apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Audiovisual pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

**Orientadora do Projeto:** Profa. Dra. Denise Moraes Cavalcante

---

Brasília  
Julho de 2019

# **A Estética Fotográfica em Canais de YouTube**

## **BANCA EXAMINADORA**

---

Docente Denise Moraes Cavalcante  
Orientadora

---

Docente Maurício Gomes da Silva Fonteles  
Membro

---

Docente Emília Silveira Silberstein  
Membro

---

Docente Elton Bruno Pinheiro  
Suplente

Brasília  
03/07/2019

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente gostaria de agradecer à minha mãe, que mesmo não entendendo o que eu estudo em meu curso, me apoia de todas as formas; à minha família por sempre me incentivar a buscar a realização de meus sonhos, por mais loucos que sejam; aos amigos, que são a parte mais que importante da minha vida, os novos e os velhos amigos; à Julia, que mesmo estando longe, está sempre presente em meu coração; ao João, grande Flautin, por me acompanhar por todos esses anos; a Érika, que chegou por agora, mas já conquistou um grande espaço; à Rita por topar ser minha cobaia de filmagens; à Universidade de Brasília, por provocar todo sentimento de ódio e amor que alguém pode experimentar ao mesmo tempo e mesmo assim me deixar apreensiva ao ter que dizer “até logo”, pois nunca será um “adeus”; a Denise, por ser uma mulher extraordinária que me inspira e me deu a honra de ser orientada por ela.

## **RESUMO**

O presente trabalho analisa dentro das novas mídias a plataforma YouTube como parâmetro de pesquisa, buscando entender a estética fotográfica utilizada em canais de culinária. O produto apresentado propõe uma análise comparativa entre diferentes estéticas fotográficas existentes em tais canais.

## **Palavras-chave**

YouTube. Fotografia. Linguagem. Novas Mídias. Culinária

## **ABSTRACT**

The present work analyzes the YouTube platform as a research parameter within the new media, seeking to understand the photographic aesthetics used in culinary channels. The presented product proposes a comparative analysis between different photographic aesthetics existing in such channels.

## **Keywords**

YouTube. Photography. Language. New Media. Culinary.

[...] *and at the birth of a child or a star there is pain.*

Oscar Wilde

## Sumário

<b>Apresentação .....</b>	<b>9</b>
<b>1. Objetivos.....</b>	<b>10</b>
<b>2. Justificativa .....</b>	<b>10</b>
<b>3. Fundamentação Teórica .....</b>	<b>12</b>
<b>4. Procedimentos metodológicos .....</b>	<b>15</b>
4.1 Estratégias de Ação.....	16
<b>Considerações finais .....</b>	<b>25</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>27</b>



## Apresentação

A fotografia, ou cinematografia, é o elemento que capta a imagem por meio de filmagens em película, ou no digital, que faz o texto escrito no papel ser representado diante dos olhos dos espectadores. A fotografia engloba a atmosfera a ser criada de acordo com o que foi determinado na pré-produção, utilizando enquadramentos, elementos em cena, diferentes tipos de lentes e manuseio de equipamentos, para a criação da estética do que se deseja ser filmado.

O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos, criada em 2005 por três ex-funcionários do *PayPal*, *Chad Hurley*, *Steve Chen* e *Jawed Karim*. Atualmente, é uma subsidiária da Google e possui 1,9 bilhões de acessos mensais (site do YouTube). O YouTube é a rede social mais acessada mundialmente e seu conteúdo, tremendamente extenso, engloba várias áreas, incluindo áreas de pesquisas, entretenimento, comercial, entre outros. No campo do entretenimento, pode-se encontrar programas culturais, de artes, de gastronomia ou culinária, entre tantos outros.

A fotografia do YouTube se apresenta de vários formatos, sendo eles convencionais (os já consagrados pela TV ou pelo Cinema), ou aqueles mais inovadores ou próprios da linguagem digital, como a filmagem na vertical e a estética “vlogger” de se filmar e editar, sendo essa constituída de uma pessoa falando em frente a câmera, sobre determinados assuntos e com cortes secos, para que a informação seja concisa e rápida. Também não é preciso ser um estudioso de cinema ou conhecedor dos equipamentos e técnicas de filmagem para se possa fazer um vídeo para esse tipo de plataforma, basta ter um dispositivo de captação de imagem, como um celular ou outros equipamentos extremamente simples.

Assim, o presente trabalho nasce como uma proposta de experimentação fotográfica para vídeos do YouTube, mais precisamente direcionados aos canais de culinária ou gastronomia. O produto realizado se desenvolveu a partir da análise de técnicas de filmagem, estética e padrão de conteúdo mais utilizado, com o intuito de reproduzir um formato semelhante aos vídeos disponíveis na plataforma.

O problema de pesquisa girou em torno do questionamento do modo como a fotografia (enquadramento, iluminação, movimento e ângulo da câmera) é utilizada em vídeos do YouTube. A partir dessa indagação, buscou-se focar em um nicho dos gêneros existentes na plataforma, analisando o porquê desse tipo de fotografia e o modo como ela é introduzida e difundida entre diferentes canais.

A fim de estabelecer uma análise comparativa, foram realizados dois vídeos seguindo parâmetros observados de acordo com: a estética *stop motion*, mais conhecida por ser utilizada em filmes de animação, que consiste em uma sequência de fotografias de um determinado objeto ou personagem, colocadas em certa disposição que se torna uma animação diante dos olhos dos espectadores. E o segundo vídeo sendo mais caseiro e com a técnica menos desenvolvida, O primeiro vídeo foi feito com uma captação mais caseira, com equipamentos que qualquer pessoa pode conseguir. E o segundo de acordo com o formato de animação.

Nos capítulos seguintes deste trabalho será apresentado os objetivos, justificativa, fundamentação teórica, metodologia e a conclusão, que darão corpo e forma a esta pequena análise.

## **1. Objetivos**

O presente trabalho se propõe analisar a estética de canais YouTube, mais precisamente dos canais de culinária, além de realizar e produzir dois vídeos com propostas estéticas diferenciadas. O primeiro apresenta uma estética designada como “ vídeo caseiro” e outro traz uma proposta para inovação de técnicas entre youtubers de culinária com criatividade e apuro técnico.

## **2. Justificativa**

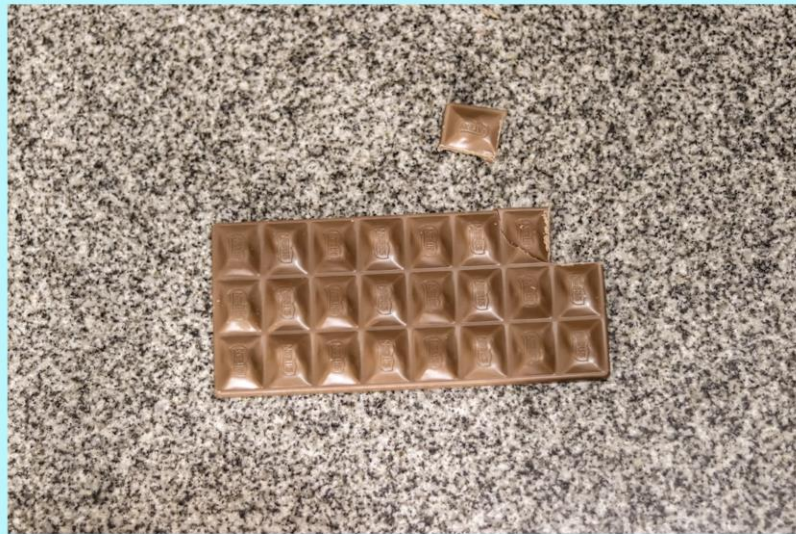
O YouTube tem se mostrado uma ferramenta que cresce a cada dia, e isso é importante tanto no âmbito acadêmico quanto no social, além da influência que ele passa a ter no dia a dia das pessoas que o utilizam, que é um ponto a ser estudado. Com a democratização do acesso à internet e à informação, as mídias foram se tornando cada vez mais acessíveis e conhecidas por grande parcela da população, e isso pode ser observado nos hábitos das pessoas, como em casos de crianças que assistem muitos canais e acabam por reproduzirem trejeitos dos influenciadores ou das próprias pessoas que os cercam a utilizar os meios.

Embora seja uma plataforma que apresente certa acessibilidade, ainda é possível ver que o trabalho de um fotógrafo é importante para que a estética do canal seja a melhor possível. Atualmente é possível gravar filmes, videoclipes, o que for requerido com celulares ou câmeras de valores acessíveis, mas a técnica ainda precisa ser valorizada. Sim, é importante que o conhecimento seja dividido e que todos tenham o acesso, mas também é importante valorizar os profissionais que se especializam para poderem implementar o melhor e o cabível para cada trabalho realizado. Os canais com produções maiores ainda serão os com mais acessos, embora o conteúdo talvez não seja o melhor encontrado.

O primeiro vídeo segue a base apresentada pelos canais profissionais, mas com a qualidade de um canal amador, para a comparação da estética e de como ela pode ser feita com equipamentos não profissionais, buscando a experiência de deixar a técnica de lado e seguir como uma receita de bolo o formato apenas pela observação do que é feito por outros canais



O segundo vídeo do projeto vem como uma proposta de formato que é interessante de ser integrado em canais de culinária que é o de animação em *stop motion*, que além de ser um diferencial na estética que foi difundida, torna os vídeos mais dinâmicos, diminuindo o tempo de vídeo em tela, evitando que a apresentação se torne pesada, além de ser divertido de assistir e poderia trazer outros públicos, como crianças e fãs de animação.



### 3. Fundamentação Teórica

O estudo das técnicas e estéticas da fotografia no YouTube é bastante escasso, o que motivou uma pesquisa mais observacional a partir da análise comparativa de canais, da reflexão de experiências prévias com direção de fotografia, bem como da observação da estética fotográfica clássica e as comumente utilizadas na plataforma YouTube. Além de uma observação previa de canais de culinárias na TV, como o da Ana Maria Braga, que inspiram a repetição certos padrões na internet.

Além disso, as reflexões teóricas do fotógrafo Edgar Moura em sua obra “50 anos: Luz, câmera e ação”, e de Jean Burgess e Joshua Green em “YouTube e a Revolução Digital” serviram de base para a pesquisa e o desenvolvimento desse trabalho.

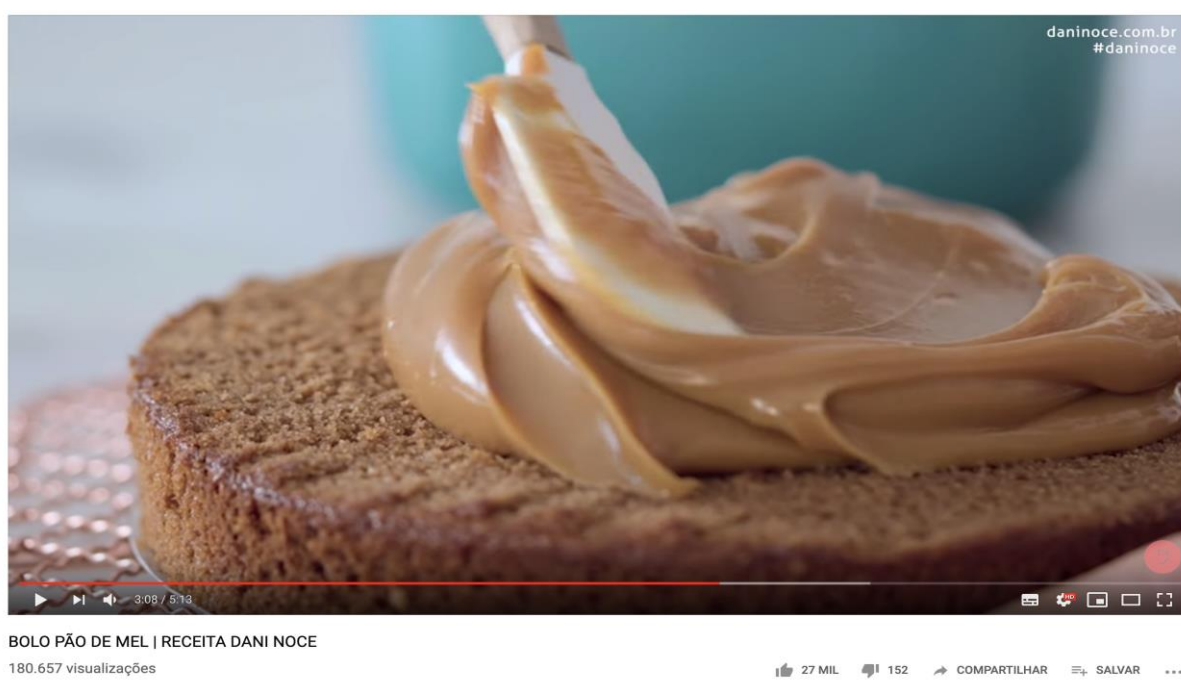
Edgar Moura é um dos mestres da fotografia brasileira e em seu livro aborda o tema como uma conversa entre um fotógrafo e alguém que não conhece muito do meio ou da técnica. Ele mostra como a iluminação é importante, como a posição de uma câmera pode mudar tudo e liga ao fotógrafo o nome de escritor da luz, que é o que significa a fotografia, escrever com a luz.

Para Joshua Green, citando Jenkins, o YouTube se torna um site de cultura participativa, ou seja, uma ligação mais acessível, até certo ponto, (pois embora muitas pessoas tenham acesso

à internet, uma maior homogeneidade de acessos ainda não é existente), entre as tecnologias digitais e como ela muda as relações de poder existentes no mercado midiático, com o novo convite do público de participar ativamente da criação e circulação do conteúdo. E dessa forma o acesso se torna mais democrático e a criatividade pode ter um espaço maior para poder ser difundida. Porém, o YouTube ainda é uma mídia relativamente nova e por isso mesmo instável, ainda precisam de pesquisas mais aprofundadas para saberem até onde essa difusão é de fato positiva e até onde os efeitos de um local onde cada um torna-se o próprio produtor e consumidor podem afetar as outras mídias e os próprios criadores de conteúdo.

[...]. Na verdade, várias formas de valores culturais, sociais e econômicos são produzidas coletivamente em massa pelos usuários, por meio de suas atividades de consumo, avaliação e empreendedorismo. A cocriação do Consumidor (Potts et al., 2008) é fundamental para avaliar o valor do YouTube, assim como sua influência contestadora sobre os modelos de negócio vigentes dos meios de comunicação. Avaliado sob essa ótica, podemos começar a refletir sobre a importância do YouTube em termos culturais. Para o YouTube, a cultura participativa não é somente um artifício ou um adereço secundário; é, sem dúvida, seu principal negócio (BURGES; GREEN, 2009).

Um dos nomes mais populares da culinária no YouTube, é a influenciadora Danielle Noce, que com menos de um ano de canal no YouTube, foi contratada pelo canal de televisão VH1 para ter um programa de culinária, o *I Could Kill For Dessert*, que possui o mesmo nome do seu canal no YouTube. Atualmente, o canal possui 2.783.053 inscritos e 340.525.285 visualizações. E no dia 02 de junho de 2019, após oito anos de produção na plataforma, finalmente anunciou sua aposentadoria dos vídeos de culinária.



O canal de Dani possui estrutura profissional, utilizando-se de técnicas de enquadramentos e movimentos de câmeras vistos na fotografia para cinema como panorâmicas, enquadramento em *plongée*, mas também câmeras fixas, o que difere e dá um toque especial a estética visual pois trata-se da utilização de duas câmeras. O programa apresenta uma câmera posicionada em frente a apresentadora, em plano médio, enquadrando ela e sua mesa de trabalho, e a segunda câmera livre no estilo de uma câmera de filmes documentários, mostrando ângulos diferenciados e fazendo uma espécie de *making of*. Enquanto a primeira câmera mostra a ação direta, essa segunda câmera também faz planos mais artísticos, como detalhes que trazem uma estética mais bonita para a produção do programa.

Nós canais mais caseiros é possível ver uma tentativa de reprodução do que é apresentado pelos canais maiores, porem com uma certa falta de aperfeiçoamento da técnica, o que deixa o visual com o ar caseiro. Os planos seguem mais por um plano médio e parado da apresentadora dando a introdução do que será feito e em seguida temos cortes para planos em close ou primeiro plano que também utilizam do *plongée* em alguns takes, dependendo da ação do vídeo, que vai sendo interpostos um após o outro com uma narração de fundo do que está sendo feito na receita. Quando apresenta algum movimento de câmera, optam por panorâmicas para mostrarem os ingredientes ou o resultado da receita. Uma das coisas que diferem as produções são a qualidade de captação, que costuma ser feita por celulares ou microfones de qualidade não tão boa.



Com um padrão estabelecido ao seguir uma fórmula de reprodução fotográfica similar, temos assim, a criação da estética fotográfica desse gênero. Mesmo que a qualidade de equipamentos e a técnica não seja a mesma, os canais reproduzem a estética várias e várias vezes e a difundem no meio, é notável a diferença entre esses vídeos de canais culinários em comparação com canais de outros gêneros como canais de moda e beleza ou canais de entretenimento.

O produto desse trabalho, vem para mostrar os dois lados de uma produção em parâmetros dos canais de culinárias. Um deles, possui 16 minutos e uma estética mais caseira, utilizando de técnicas difundidas pelos canais maiores, porém com uma produção de um canal menor. E um segundo vídeo, como proposta de utilização de técnicas do meio audiovisual, o *stop motion*, para proposta de inovação no que já foi difundido e é reproduzido sempre.

#### **4. Procedimentos Metodológicos**

O presente trabalho consistiu na criação de dois vídeos que seguiram técnicas inferidas a partir da pesquisa, estudo e análise de canais do YouTube do gênero culinária, sendo um caseiro e um com proposta de inovação na estética fotográfica como o uso da técnica de animação conhecida como Stop motion, que consiste na animação quadro a quadro através da utilização de fotos ou de computador, onde Para a realização dos dois vídeos, foi convidada uma pessoa sem experiência no meio da confeitaria e sem experiência previa com vídeos para YouTube, ou mesmo formação na área de audiovisual. A produção dos vídeos foi feita em uma cozinha normal, mas com a preocupação de fazer a produção de um cenário que remetesse às cozinhas dos canais comumente acessados no YouTube.

A pesquisa começou com a procura por canais que tivessem um conteúdo mais profissional e outros que fossem mais caseiros. Os vídeos eram visionados e aspectos relevantes da sua produção e da fotografia eram anotados para análise posterior.

Na realização dos vídeos, contou-se com apenas duas pessoas, a personagem que preparou os pratos e a presente pesquisadora/aluna que cuidou de toda a parte técnica dos filmes. Os equipamentos utilizados foram organizados com parte do acervo pessoal e parte do acervo de equipamentos do setor técnico da Faculdade de Comunicação. Entre os equipamentos próprios estão os aparelhos celulares, a câmera T5I e as duas lentes fotográficas.

O vídeo caseiro foi gravado em três dias, pois a receita apresentada pedia um maior espaço de tempo para sua confecção, enquanto o vídeo em técnica *stop motion* foi realizado em apenas uma tarde. E a equipe se constituía de apenas uma pessoa responsável por todas as áreas da produção.

## **4.1 Estratégias de Ação**

### **Pré-Produção**

A pré-produção começou com a idealização do projeto, primeiramente com reuniões com a orientadora para definir o nicho específico do qual giraria a pesquisa. Com os encontros desenvolveram-se as estratégias para a produção. Após os encontros, as pesquisas foram feitas em casa, com a observação de vídeos de culinária de diferentes canais e as características de cada canal foram anotadas.

As datas para as gravações foram escolhidas de acordo com o horário da personagem que seria gravada, que já possui um pequeno negócio de confeitaria de bolos, e de acordo com a disponibilidade de horário dos equipamentos da técnica da faculdade de comunicação.

### **Produção**

A produção durou o total de 4 dias, distribuídos em 2 finais de semana. Os vídeos foram feitos na cozinha de casa, com equipamentos pegos na técnica e alguns próprios. As gravações do primeiro vídeo começaram às 14 horas do dia 24 de maio de 2018 e terminou às 19 horas do dia 26 de maio de 2019. As diárias foram divididas de acordo com o tempo de pausa que se pedia para a receita do bolo. Tendo sua confeitagem e consumo do bolo como o término das gravações.

O segundo vídeo foi iniciado na tarde do dia 14 de junho de 2019. Esse vídeo foi mais rápido de ser produzido, demorando apenas uma tarde, porém, é o vídeo que possui a técnica mais complexa.



*Stills de gravação do primeiro vídeo*



*Stills de gravação do primeiro vídeo*





*Stills de gravação do primeiro vídeo*



*Stills de gravação do primeiro vídeo*



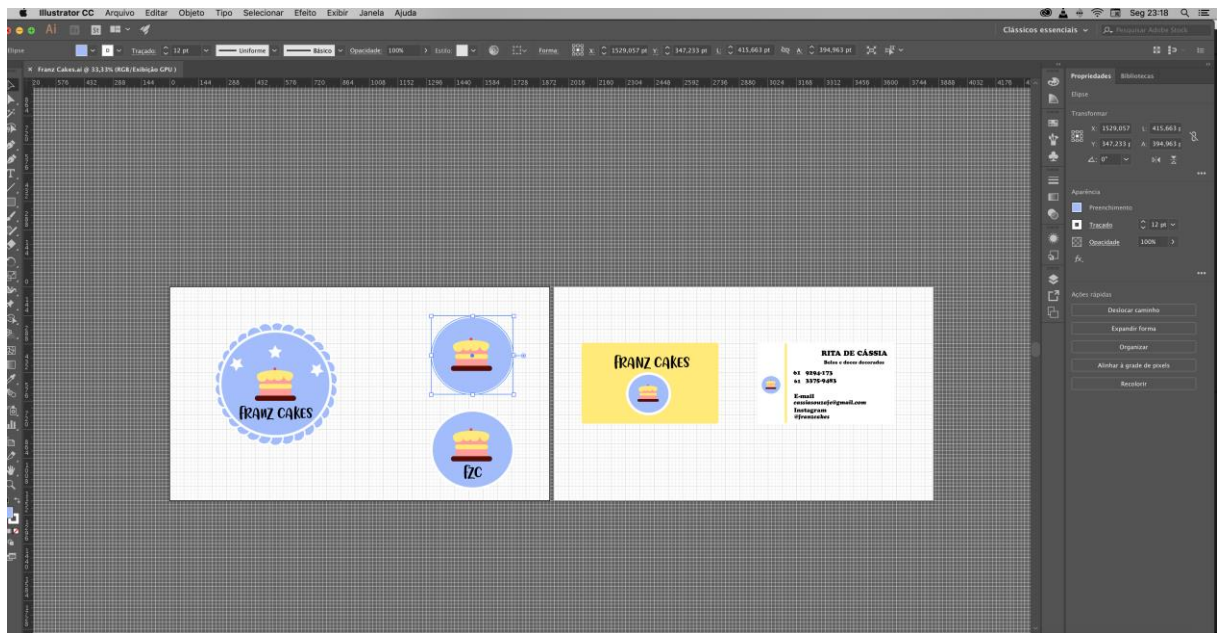
*Stills de gravação do segundo vídeo*



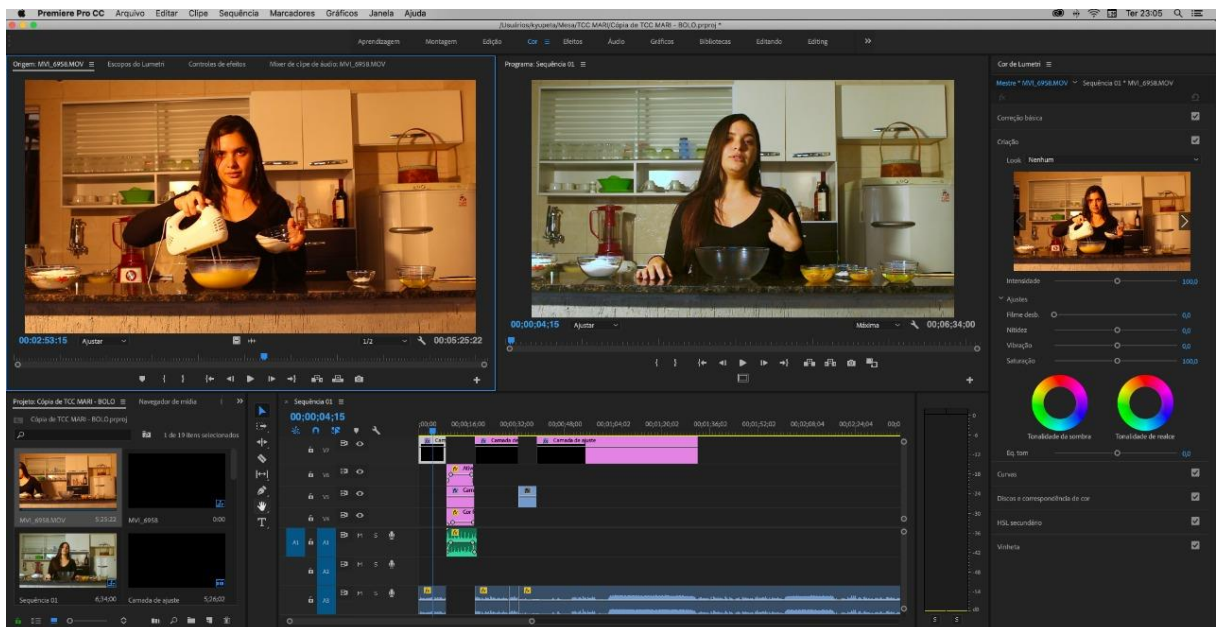
*Stills de gravação do segundo vídeo*

## **Pós-Produção**

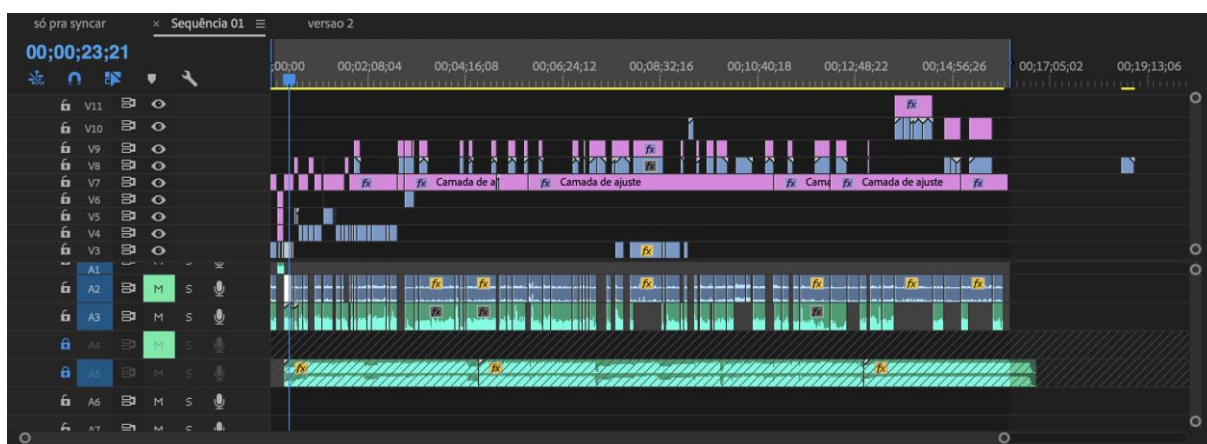
Para a pós-produção do primeiro vídeo o que mais demandou tempo e disposição foi a colonização, pois as luzes das duas marmitas eram muito amareladas e as configurações da câmera por si só não foram suficientes para um balanço de branco prévio mais agradável aos olhos. Para a edição foi-se utilizada a ferramenta Adobe Premiere Pro CC 2018. Para o tratamento de áudio utilizou-se a ferramenta Adobe Audition CC 2018. A pequena animação de logo que aparece no vídeo foi feita no próprio Premiere, e a logo já havia sido feita na identidade visual para o Instagram comercial de confeitaria da personagem.



## Identidade Visual

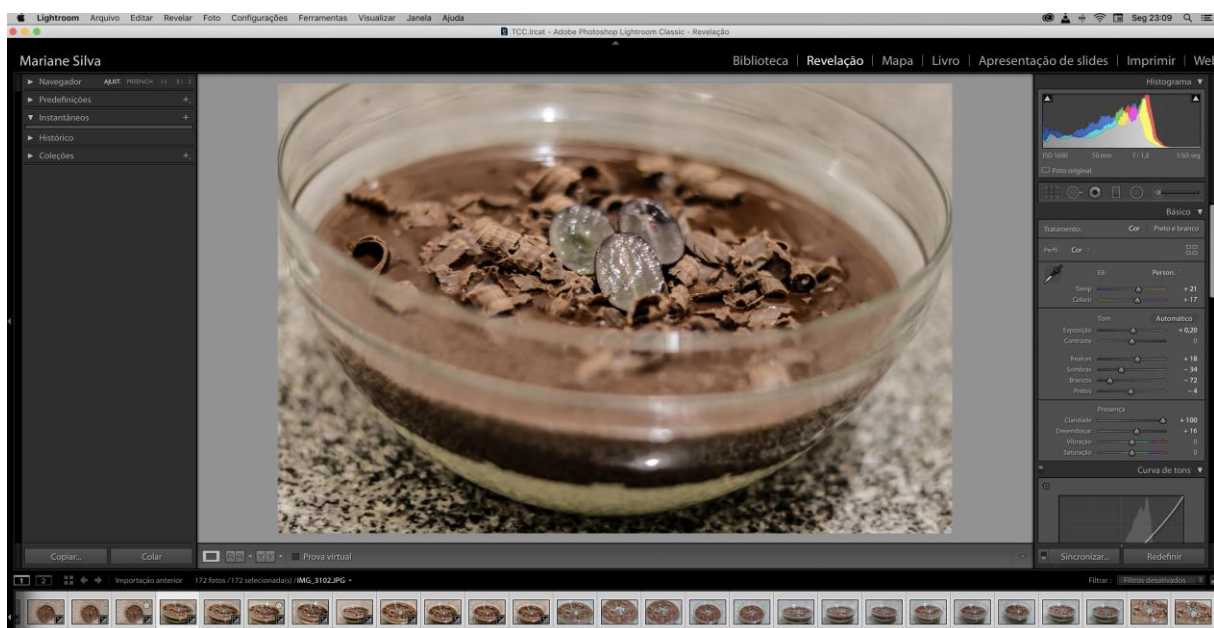


## Colorização

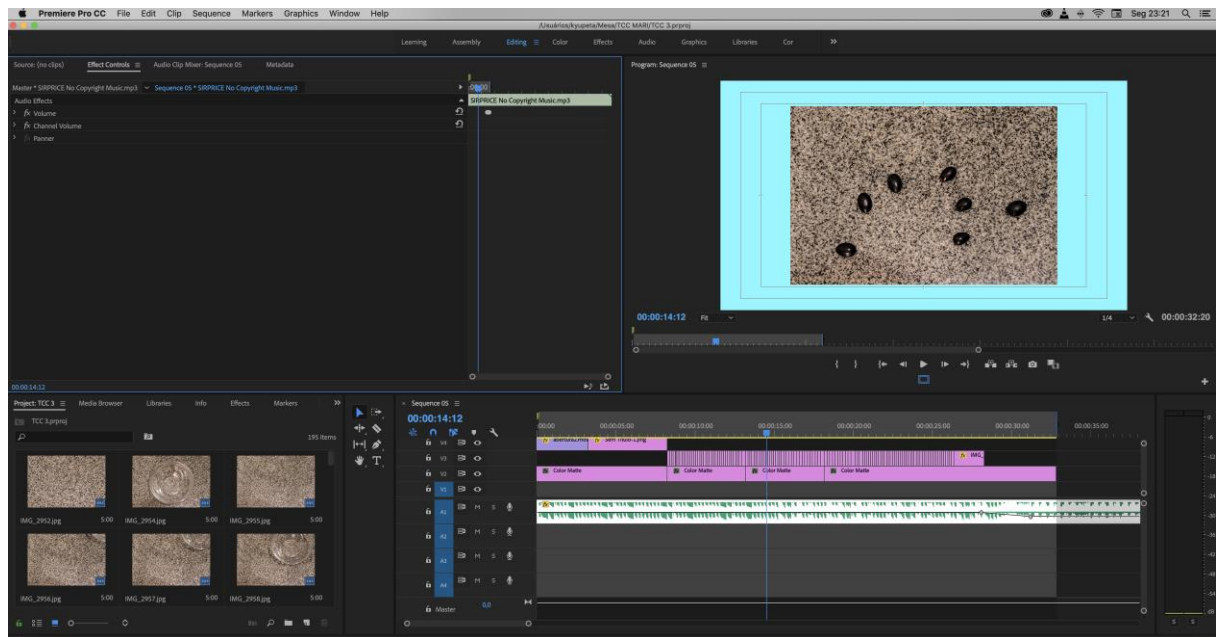


Timeline de edição

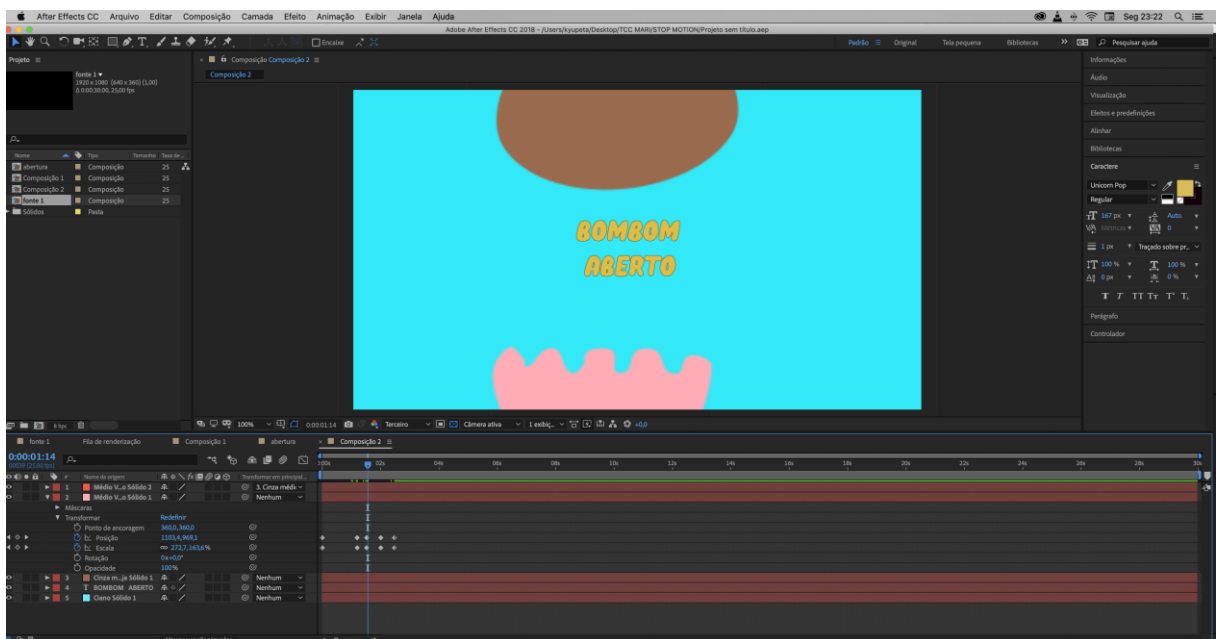
Para a pós-produção do segundo vídeo, primeiramente foi necessária a edição das fotos para o *stop motion*, as fotos foram editadas na ferramenta Adobe Lightroom CC 2018. Após a edição das fotos, as mesmas foram importadas para o Adobe Premiere Pro CC 2018, onde a edição foi feita. Para a abertura do vídeo, uma pequena animação foi feita no Adobe After Effects CC 2018.



Edição das fotos



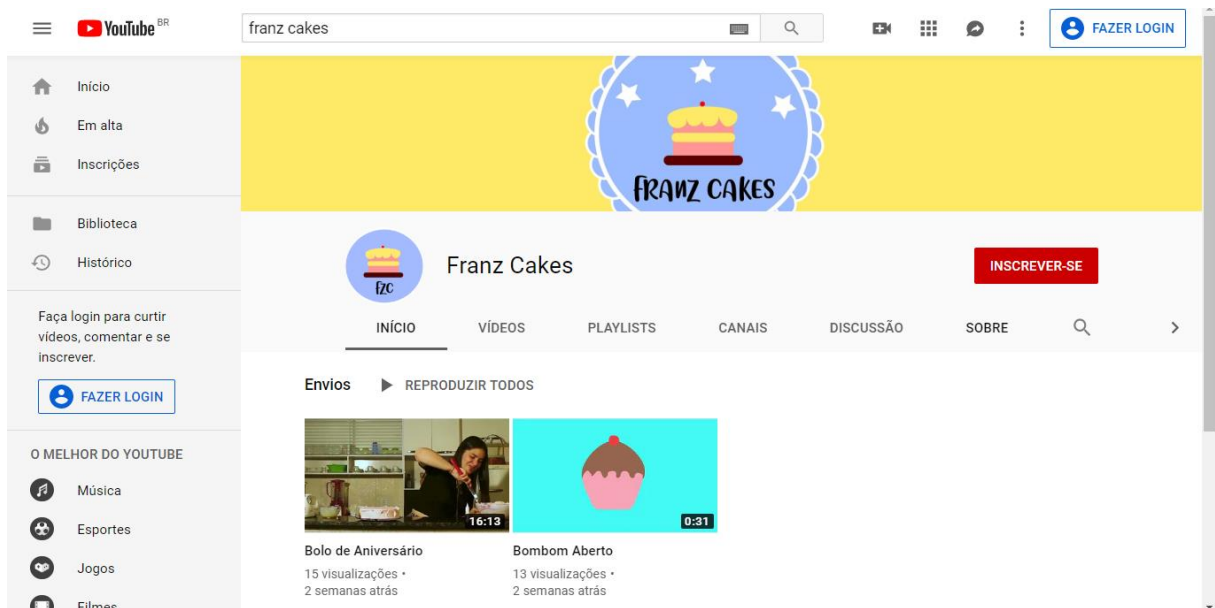
Timeline de edição



Animação de abertura

Um canal no YouTube foi criado para que os dois vídeos fossem hospedados, juntamente com a identidade visual do negócio da confeitadora e do canal, e posteriormente, se a confeitadora tiver interesse, manter o canal e continuar a colocar novos vídeos com mais receitas e também, explorar mais essa estética. O canal está disponível no link:

<https://www.youtube.com/channel/UCDn3pL76fcRwoBOM8nhoMNg>





## Considerações finais

Ao se analisar a estética fotográfica em canais de YouTube, foi possível observar que ainda há muito o que ser pesquisado na área, principalmente na parte teórica, onde não existem praticamente nenhum estudo sobre, o que pode ser um ponto positivo ou negativo para novos pesquisadores, e também é uma área futura de pesquisa para mestrado. E foi possível também, observar que apesar de ser interessante a ideia de uma pessoa só fazer todas as áreas de produção, é um trabalho complicado e que uma equipe é de grande ajuda.

O YouTube é uma plataforma superinteressante e a forma em que a culinária é colocada, se faz possível ver que não existe tanta diferença entre todos os produtores, eles apenas querem repassar o seu conhecimento e serem reconhecidos. Os produtores de conteúdos trazem de forma acessível conhecimentos que podem ser difundidos para pessoas de todas as idades. Uma mãe pode pegar o celular e ver uma receita de bolo, tanto quanto um adolescente em casa que se interessou porque o canal possui uma edição divertida. É uma forma interessante de se criar conteúdo e embora tenha o efeito de mesmice em canais desses gêneros, cada receita pode ser uma forma de inovar, trazendo novos formatos, novas técnicas fotográficas ou de edição.

E o trabalho vem como um reforço para que as novas mídias sejam mais exploradas e consideradas juntamente com as áreas já existentes. É importante que estudantes de audiovisual entendam como funciona a plataforma e como ela cria sua própria estética ao mesmo tempo em que bebe do que já é conhecido e que possam trabalhar em conjunto, criando uma difusão de conhecimento e trazendo aos profissionais, novas oportunidades de trabalho. E quebre o estigma de que uma nova mídia vem para matar a anterior, ela vem para acrescentar e ajudar a evoluir, ocorrendo essa troca do que cada pode ofertar.

A fotografia como cinematografia no contexto de linguagem no YouTube, transforma-se mais uma vez e se adapta a nova mídia. A técnica se adapta de acordo com a necessidade do produtor e com essas adaptações, cria a estética que é apresentada em inúmeros canais e vai se repetindo e se difundindo, reforçando essa estética e tomando-a como própria. É interessante perceber como muito do que se é reproduzido nos canais, é reflexo do que é conhecido pelo formato ter sido difundido pela televisão há tempos.

Um canal em uma plataforma como o YouTube é um investimento enorme e sua produção comporta-se tal qual um pequeno set de cinema. Um vídeo de cinco minutos pode

demandar o mesmo tempo e dedicação que um curta metragem. Equipamentos bons, um bom roteiro, uma boa direção e uma equipe qualificada faz toda a diferença, assim como no cinema. As áreas conversam entre si, criando uma ligação excepcional entre uma arte com mais de cem anos e uma inovação que quer criar seu nome e ser relevante, assim como os estudantes buscam o seu lugar e se adaptam a cada nova mídia.

Este trabalho também serviu como desafio pessoal e avanço profissional. Apesar das adversidades, foi concluído e se torna o precursor de uma possível carreira em pesquisa. Pois precisa-se de pesquisadores nesta área e esse trabalho pode motivar a outros a pesquisarem também e dividirem o conhecimento com quem mais quiser ser coberto por ele.

## Referências Bibliográficas

- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMOS, André. **Cibercultura e mobilidade**: a era da conexão. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: 2005.
- MOURA, Edgar. **50 Anos: luz, câmera e ação**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.
- GERBASE, Carlos. **Cinema: primeiro filme: descobrindo, fazendo, pensando**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2012.
- AMAR, Pierre-Jean. **História da fotografia**. Lisboa: Edições 70, 2001.
- GERNSHEIM, Helmut. **The History of Photography**. London: Thames & Hudson, 1969.
- RABIGER, Michael; **Direção de Cinema – Técnicas e Estética**. Rio, Campus/Elsevier, 2007.
- RODRIGUES, Chris; **O Cinema e a Produção: Para quem gosta, faz ou quer fazer cinema**. Rio, DP&A/Faperj, 2005.
- WATTS, Harris; **Direção de Câmera – Um Manual de Técnicas de Vídeo e Cinema**. São Paulo, Summus, 1999.
- SARAIVA Leandro & CANNITO, Newton; **Manual de Roteiro ou Manuel, o primo pobre dos manuais de cinema e TV**. São Paulo, Conrad, 2004.

## Outras Referências:

- Noce, Danielle. Bolo Pão de Mel. 2018. (5m13s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AgVc40zeY7g>>.
- HINDI, Mohamad. O Melhor Homenagem da Vida. 2018. (10m27s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=q0X64Dw4mKo&feature=youtu.be>>.
- SANTANA, Eliete. Pasta Americana - Faça Você Mesmo. 2019.(14m33s). Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=\\_pRG30VBA-8](https://www.youtube.com/watch?v=_pRG30VBA-8)>.
- DEMAIS, Tasty. Cheesecake arco-íris. 2017. (1m47s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nVoChDOQPV0>>
- COSTA, Raiza. Cheesecake de Nuvem, O Mais Fofinho que Existe. 2018. (15min27s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=M5VLgq5vuuY>>
- LIMA, Marcos. Massa de Bolo de Aniversário de Liquidificador. 2018. (5m24s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=CWWo1MvaLJg>>

MESQUITA, Cristina. Bolo de Aniversário Simples para Iniciantes. 2017. (25m36s).  
Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UTplfOH-HZ4>>

FREITAS, Gabriel. Bolo de Chocolate Profissional para Aniversário. 2017. (6m05s).  
Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=iUDF\\_eilyOU](https://www.youtube.com/watch?v=iUDF_eilyOU)>