

XI Jornadas de Sociología de la UNLP

Sociologías de las emergencias en un mundo incierto

MESA 38 - La pasión musical. Debates en torno a la relación entre música y sociedad

Desprejuiciados son los que vendrán. Apuntes sobre la producción independiente de trap en Argentina a propósito de Bizarrap.

del Cueto, Carla (UNGS-UBA)¹
(cdelcueto@campus.ungs.edu.ar)
Lerman del Cueto, Matilde (UBA)²

Introducción

En esta ponencia nos interesa analizar la producción musical de Gonzalo Conde, conocido como Bizarrap quien comenzó su carrera en 2017, desde su casa en Ramos Mejía (provincia de Buenos Aires) a partir una serie de videos, “Combos locos”, con mezclas de batallas de *freestylers* en donde incluía sus propios beats que publicaba en su canal de Youtube. Cobró notoriedad cuando en 2017 remixó “No vendo trap” el sencillo debut del rapero argentino Duki del año anterior. Más tarde, empezó a producir otra serie de videos, “Freestyle sessions”, con diferentes artistas del *freestyle* en donde la improvisación se acompañaba con bases originales. Con el proyecto “Music sessions”, que es su proyecto actual, convocó a artistas de otros géneros tanto del país como del exterior. Sus videos tienen millones de reproducciones al poco tiempo de publicarse. Es productor musical, participa de festivales como dj (Lollapalooza, 2022, entre otros).

Como mostraremos, el caso de Bizarrap es interesante para reflexionar sobre un tipo de producción musical específica. El crecimiento de este artista y productor ocurrió por fuera de los grandes sellos discográficos de la industria musical. Vale señalar que en nuestro país la música tiene una vasta tradición de producción independiente de grandes sellos cuyos orígenes podemos ubicar con la experiencia de M.I.A. (Músicos Independientes Argentinos), pasando por Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota, una banda surgida del *under* que llegó a ser muy masiva. Sostenemos en este trabajo que este tipo de producción constituye una marca generacional y que las particularidades de la profesionalización, los usos específicos de la tecnología y las redes sociales se conjugan en este fenómeno musical.

¹ Socióloga. Investigadora docente de la UNGS y docente de la UBA (<https://linktr.ee/cdelcueto>).

² Estudiante de la ESCCP (UBA). Durante 2021 fue conductora y productora del programa de radio sobre música Queens of Noise (Ig: [@queensofnoiseok](https://www.instagram.com/queensofnoiseok)).

La ponencia está organizada en tres apartados. En el primero de ellos nos ocupamos de los orígenes del proyecto y la relación del productor con el mundo del rap. En el segundo apartado presentamos algunas *Bizarrap Music Sessions* emblemáticas y su forma de promoción. En el tercer apartado presentamos algunas experiencias de producción de trap masivas al margen de grandes discográficas. En los comentarios finales presentamos algunos interrogantes que permiten reflexionar sobre el fenómeno.

Bizarrap: los orígenes

En entrevistas Bizarrap cuenta que su primer contacto con la música, la música que sonaba en su casa, era de Radiohead y PJ Harvey. Luego comenzó a escuchar música electrónica como David Guetta y Daft Punk. Muy tempranamente se interesó por la producción musical e hizo sus primeros pasos con el programa FL Studio, un software que permite producir y editar música. A partir de esto creció el interés por producir música y a los 15 años empezó a asistir a clases con una profesora de piano que le enseñó teoría musical. A él no le interesaba aprender a tocar el piano sino que lo que quería era tener conocimientos musicales para poder producir música.

A partir del éxito del Quinto Escalón³ en diciembre de 2016, se acercó al ambiente de las competencias de *free style*, que era un ambiente que él ya conocía porque rapeaba con sus amigos siendo adolescente. Se le ocurre remixar una rima que hace circular entre personas cercanas y así nacen los Combos locos. Los Combos locos son videos en los cuales Bizarrap remixaba batallas con bases propias y le sumaba una compilación imágenes que le resultaban graciosas. El primero lo sube a Youtube y lo reenvía a páginas de *freestyle* y a raperos del 5to Escalón que lo comparten. Al poco tiempo ya tiene 10 mil suscriptores.

Cobró notoriedad cuando en 2017 remixó “No vendo trap” el sencillo debut del rapero argentino Duki del año anterior. A través de un amigo en común, el ex *freestyler* MKS, le preguntó si podía remixar el tema y Duki, que era una celebridad, accedió. El video llegó muy rápidamente al millón de reproducciones y el público comenzaba a pedir remixes de otras canciones. Esto motivó a Bizarrap a explorar remixes de temas de otros artistas como Drefquila, FMK, Paulo Londra, Neo

³ El Quinto Escalón fue una competencia de batallas de rap impulsada y organizada por el rapero YSY A y el conductor de radio Muphasa en el Parque Rivadavia del barrio de Caballito, CABA. Estuvo activo entre los años 2012 y fines de 2017. Con el tiempo y producto de la creciente convocatoria el evento se realizó en distintos espacios de la ciudad. El último se realizó en el Estadio Malvinas Argentinas. Algunos artistas consagrados luego de su paso por la competencia son: Wos, Ecko, Trueno, Duki, Lit Killah, Paulo Londra.

Pistea, entre otros. Más tarde, empezó a producir otra serie de videos, “Freestyle sessions”, con diferentes artistas del *freestyle* en donde la improvisación se acompañaba con bases originales.

La idea original no era hacer un ciclo de sesiones con muchos artistas. Él estaba en el estudio de un amigo con Kodigo un rapero muy reconocido al que le propuso hacer un video en su casa de Ramos Mejía. Con equipos muy modestos y la ayuda de un amigo en el registro audiovisual grabaron la primera *freestyle session*. Las *freestyle sessions* eran encuentros con raperos en los que se graban algunas improvisaciones sobre una base creada por Bizarrap y luego se elige la mejor y se publica. Una de las más emblemáticas y más escuchada es la número 6 en la que participó el rapero Trueno. En total fueron 8 y se grabaron entre 2018 y 2019.

Una marca de identidad de todos los videos de Bizarrap es que están filmados en su cuarto en su casa de Ramos Mejía. Se ve en todos ellos un empapelado de fondo negro con rayas verticales irregulares en color blanco y gris que se transformó en una marca visual estética del artista. En una entrevista cuenta que ese empapelado es el mismo que tiene desde los 12 años.



Foto promoción del lanzamiento de la BZRP Music Session # 32 con Cazzu en el cual se puede observar el empapelado característico de todas sus producciones.

Fuente: Billboard Argentina, 5 de agosto de 2020

En relación con la locación de las grabaciones, otra marca personal se relaciona con que una de las condiciones que ponía el productor a los artistas era que lo hicieran en su casa de Ramos Mejía, el el conurbano. Insiste con la idea de “llevar artistas al barrio”⁴.

⁴ La figura del barrio es una imagen recurrente cuando se retratan lugares del Gran Buenos Aires en distintos lenguajes artísticos (del Cueto y Ferraudi, 2015).

A medida que fue profesionalizándose y grabando con artistas internacionales en lugar de recurrir a estudios profesionales para grabar en el exterior, montó estudios en otras partes del mundo que imitaban el original de Ramos Mejía. Entre otras razones porque se siente más a gusto para grabar en un *home studio* que en un estudio profesional. Por otro lado, en algunas entrevistas ha declarado que en esa marca también le interesa transmitir que con unos pocos equipos se puede producir música. En esa estética busca comunicar que cualquiera puede producir, “que producir está al alcance de cualquier persona”.

Las Bizarrap Music Sessions

En 2019 surgieron las *Bizarrap Music Sessions*. Son canciones grabadas y producidas por Bizarrap en las que convoca a artistas, generalmente raperxs, a crear temas musicales. En algunos casos el productor se ocupa solamente de la música y el artista de la letra o puede ocurrir que ambos trabajen en conjunto. Hasta la fecha se grabaron alrededor de 50 sessions.

Entre las más significativas para su carrera podemos mencionar:

- Session #13, con Nicki Nicole fue publicada en agosto de 2019 y apodada por el público “Cuando te veo”. Tuvo mucha repercusión y marcó un nuevo impulso en la carrera de ambos.
- Session # 36 con Nathy Peluso se lanzó en noviembre 2020 y es la session con más escuchas desde su lanzamiento y en la actualidad suman más de 341 millones de vistas en Youtube.
- Las sessions con mujeres son las más vistas de su canal en un contexto en el que predominan los varones que hacen rap. Si bien en entrevistas Bizarrap destaca este fenómeno y la necesidad y su interés por visibilizar a mujeres que hacen rap, de un total de 51 sesiones, 6 son de mujeres y diversidades⁵.
- Session # 52 Quevedo se publicó en julio de 2022 y cuenta con más de 600 millones de reproducciones en Spotify y se mantuvo por más de 50 días Nro 1 en el top global de esa plataforma.

Otro aspecto distintivo de su producción es el modo de promocionar las sessions. Monta campañas de marketing diferentes para cada artista. Un dato interesante es que el productor tiene algunos conocimientos en la materia producto de su paso por la UADE (Universidad Argentina de la Empresa). Estas campañas potencian aún más el éxito de sus producciones. Como veremos en estas

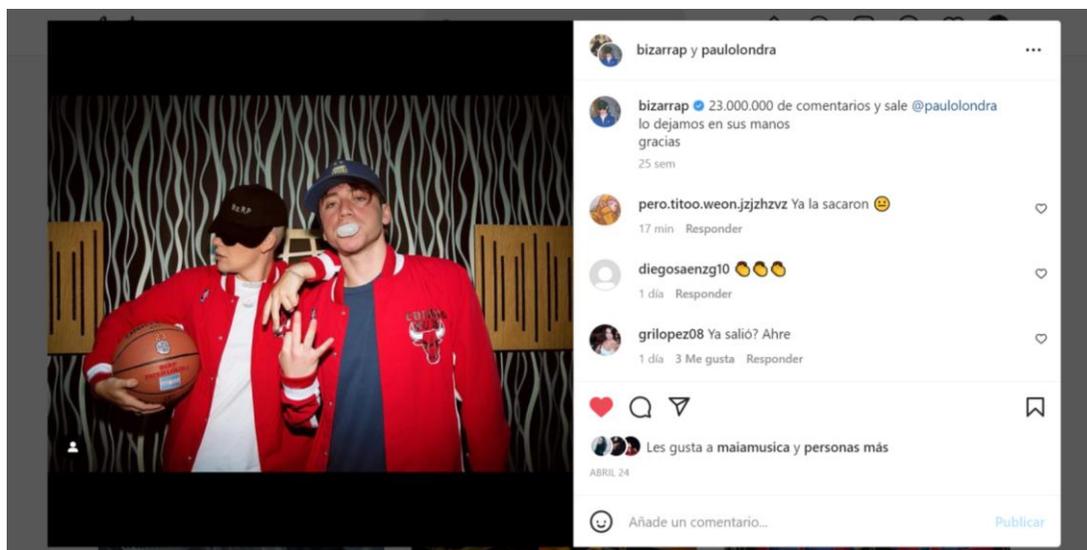
⁵ Las artistas son: Nicki Nicole, Cazzu, Nathy Peluso, Snow Tha Product, Ptazeta, Villano Antillano.

campañas no sólo se pone en juego el nombre del artista y la expectativa que genera una nueva sesión del productor sino también el uso de tecnologías, redes sociales y marcas.

A continuación presentamos algunas de ellas

1) *Paulo Londra #23*

Por mucho tiempo la Music Session #23 fue un misterio, y también fue muy reclamada por el público. En el momento en que Bizarrap anunció que sería con Paulo Londra propuso en su Instagram que al llegar a los 23 millones de comentarios, se publicaría. En un día se llegó a esa cantidad y se publicó junto con un audio de whatsapp de 2019 en el cual el artista le pedía reservar la sesión #23 que todavía no se había grabado. Al poco tiempo el rapero tuvo conflictos con su sello discográfico que derivó en un juicio durante el cual no lanzó temas musicales por conflicto de derechos de autor y regalías. Recién pudo grabar la sesión una vez resuelto el litigio a su favor en abril de 2022.



Captura del anuncio de la Session #23
Fuente: Instagram

2) *Villano Antillano #51*

Para la forma de promoción de esta sesión montó una campaña de marketing que consistía en una cabina en las calles de Madrid, España, que tenía un cartel que anunciaba la nueva BZRP Music Session. Al entrar había un par de auriculares que dejaba escuchar a sus fans la canción inédita con la artista portorriqueña. La cabina contaba con el empapelado del estudio y en su interior había cámaras que mostraban las reacciones de los fans y en algunos momentos Bizarrap sorprendía a

los oyentes entrando en la cabina. Todas estas imágenes circularon como forma de promoción del tema que rápidamente se convirtió en un éxito con 140 millones de reproducciones en Youtube.



Captura del Trailer Session #51 Villano Antillano
Fuente: Youtube

3) *Quevedo* #52

Por otro lado, la promoción de la BZRP Music Session de Quevedo consistió en una intervención en la cadena de comida rápida “Burger King” en la que la gente podía pedir el “Menú Bizarrap” el cual traía un muñeco de Bizarrap que reproducía la canción de Quevedo. El productor en este caso también interactuó con el público que hacía el pedido. De este modo anunciaba quién protagonizaría la session.



Captura del Trailer Session #52 Quevedo

Otras experiencias de producción de trap masivas

La producción musical de Bizarrap como mencionamos surge en el marco de la escena del rap, concretamente vinculada con artistas surgidos del Quinto Escalón. De allí, como señalamos, surgieron artistas y sellos musicales que produjeron y gestionaron sus propios discos y videos. La difusión de tecnologías que hacen más accesible la producción tanto musical como audiovisual constituyó una oportunidad para la exploración de formas más autogestivas. En este sentido, este tipo de experiencias, en su aspecto organizacional y de reconfiguración de la industria tiene un aire de familia con otras estudiadas en el mundo del *indie* (Boix, 2020).

A continuación, mencionamos algunas de ellas.

- 1) *Mueva records*. Lo fundaron a fines de 2017 jóvenes que provenían del Quinto Escalón y que comenzaron con la movida del trap en la Argentina. Ellos eran Duki, Khea, Arce, Omar Varela, Asan, Cazzu, Ecko, Seven Kayne, entre otros. Algunos integrantes vivían en la misma casa en la calle Laprida y producían y grababan sencillos de trap que rápidamente se convirtieron en éxito. Entre ellos Hello Cotto, de Duki, She Don't Give a Fo, Duki y Khea, Loca, de Duki, Khea y Cazzu, Si te lastimé, de Seven Kayne, Chapeadora, de Cazzu y Piso, de Bhavi con Ecko. Poco a poco algunos integrantes del grupo se fueron distanciando del proyecto por desacuerdos económicos principalmente con Omar Varela.
- 2) *Modo diablo* es un grupo de trap integrado por Duki, Ysy A, Neo Pisteá que estuvo activo entre 2018 y 2019. Producían y editaban sus propios sencillos de modo autogestivo. Con el tiempo la expresión “modo diablo” se convirtió en el modo de caracterizar un estilo de vida marcado por el consumo de drogas, sexo, el desafío a la moral que incomoda las convenciones de la sociedad. El grupo vivía en una casa a la que llamaban “la mansión” quedaba en Antezana 247 que le dio nombre al primer álbum de Ysy A, de 2018.
- 3) *SPONSOR DIOS* es de los sellos más recientes hasta ahora grabó el álbum “Trap de verdad”, de Ysy A, en 2021. También varios sencillos del mismo año de artistas no tan conocidos como Lisan Beat, Sixto Yegros, Panther. *SPONSOR DIOS*, además de sello musical es una marca de ropa diseñada por Ysy A.
- 4) *Bohemian Groove* es el sello independiente que edita a la Rip Gang que es un conjunto de artistas que por su estilo musical crudo, trash, sus letras cargadas de sarcasmo e incorrección, crítica social y humor negro, podemos calificar como el punk del trap. El sello

funciona desde principios de 2021 y sigue activo. La Rip Gang está integrada principalmente por Dillom, Muerejoven, Saramalacara, ILL Quentin, Odd Mami, Broke Carrey.

Vale la pena citar una entrevista a Dillom, principal referente del sello caracteriza así su modo de producir:

Lo nuestro es una organización de todos nuestros artistas. Un grupo de artistas, un colectivo más que nada porque estamos los artistas, los que hacen los videos, las fotos, el manager, etc. En un momento empezó a crecer todo eso y los que hacían videos querían empezar a cobra por los videos, a cobrar lógicamente. Al principio hacíamos todo de onda, apostábamos a un proyecto y con el tiempo queríamos empezar a cobrar o por menos tener un presupuesto para hacer los videos. Lo mismo con todas las áreas y eso terminó mutando en que terminamos haciendo un sello para darle un marco legal a todo eso. Poner todo lo legal en orden para destinar la plata que se genere para hacer el video de tal y eso fue creciendo y creciendo hasta lo que es hoy en día. Nuestro modo de trabajar al no ser el mismo que el de la industria de 40 años. (El método Rebord #24 Dillom)

En la misma entrevista caracteriza a la industria musical de esta manera:

Los que son viejos son los mecanismos que tienen las discográficas. Se están actualizando, pero [...] “priorizan la plata antes que la visión, que la creatividad, por eso quizás eso que ves en mí, en otros artistas que están firmados no lo ves porque no priorizan eso, priorizan llevarse un mango. Nosotros quizás diseñamos una clase de contratos más coherentes con la relación artista-sello y priorizando otras cosas. Todos nos dijeron ‘están locos, esto no va a funcionar, esto no se hace así, acá se labura de esta forma de toda la vida, no pueden venir y hacer esto, no va a funcionar...’ y bueno, ¡tomá! (El método Rebord #24 Dillom)

En estos testimonios acerca de la producción al margen de las discográficas y las distintas tareas que implica la producción musical, encontramos estimulante para la reflexión recordar la noción de mundo del arte de Becker (2010). En ella, el autor refiere a un grupo de personas cuyas actividades son necesarias para la producción de algún trabajo que es considerado artístico. Reconstruye todos los saberes, la cooperación que implica la creación artística. En el caso del trap además de distribución de tareas específicas como la gestión de redes, la realización de video clips, el reclamo por una retribución económica por el trabajo que se realiza del mismo modo que se encuentra en otras investigaciones tal como describen Gallo y Semán (2015). Siguiendo a Becker (2010) aquí también el trabajo artístico se produce a partir de un conjunto de convenciones que brindan una base común para que quienes actúan en conjunto puedan hacerlo de forma eficiente y coordinada. El conocimiento de las convenciones es lo que delimita un mundo de arte. Los diversos

grupos comparten el conocimiento de las convenciones y quienes comparten ese saber pueden actuar en conjunto de manera cooperativa, haciendo posible ese mundo y dándole características específicas. El mundo existe en la actividad cooperativa de esas personas, no como una estructura ni una organización, son redes de personas que actúan vinculadas entre sí (redes que no son necesariamente horizontales).

Reflexiones finales

Una primera cuestión que nos interesa señalar es que, a diferencia de otros géneros musicales, en el trap, lo que se produce por fuera de grandes discográficas termina siendo masivo. Como señalamos este tipo de experiencias en la producción no son nuevas en nuestro país y tampoco se encuentran únicamente en el mundo de la música. Ejemplo de ello es el florecimiento de editoriales independientes en el contexto de concentración creciente del mercado editorial. Sin embargo, la masividad de este tipo de producciones no alcanza la escala que tiene en la música⁶. En este sentido, en su trabajo sobre el indie, Ornela Boix (2020) retoma trabajos en los cuales el crecimiento de la producción musical por fuera de las grandes discográficas hace revisar la clásica distinción entre lo under y lo mainstream para caracterizar la estructura de la industria musical. Tal como caracterizan Gallo y Semán, provisoriamente aquí coincidimos en que estas expresiones no transmiten contenidos contraculturales “en el sentido de un contrapunto escindido estética y funcionalmente respecto de lo establecido” (2015: 58). Si a esta observación le sumamos la pregunta por la masividad que alcanzan estas producciones. ¿En qué sentido podría considerarse independiente a una producción musical que supera los cientos de millones de escuchas y logra una masividad que supera a las producciones de las grandes discográficas?

En segundo lugar, cabe preguntarse por el futuro de estas iniciativas cuando las plataformas de streaming tienden a la concentración y se multiplican los conflictos por falta de regulación en ese campo que afecta sobre todo a los contenidos que circulan en pequeña y mediana escala. En este sentido, vale recordar tal como señala Martín Becerra que la regulación de las redes digitales se

⁶ Para un análisis reciente del fenómeno de las editoriales independientes puede leerse el artículo de Ezequiel Saferstein y Alejandro Dujovne sobre la Feria de Editores: Radiografía del lector y la lectora de editoriales independientes (https://www.eldiarioar.com/cultura/radiografia-lector-lectora-editoriales-independientes_1_9567689.html). Para otros estudios sobre el fenómeno de las editoriales independientes puede consultarse D. Badenes y V. Stedile Luna (Comps.) (2019) Estado de feria permanente: La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020. La Plata: Club Hem. (Filosurfer,7). En Memoria Académica Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.3704/pm.3704.pdf>

produce de facto a través de las tecnologías y sus usos y las empresas de internet se configuran del mismo modo que los medios de comunicación tradicionales: a partir de la concentración creciente. La concentración de la banda ancha de Internet en pocas manos constituye un peligro la democracia del mismo modo que ocurre con los medios concentrados más tradicionales como la televisión, el cable y la radio. Este diagnóstico, según Becerra “pone en perspectiva la ingenuidad de considerar que la irrupción de Internet en el esquema clásico de producción y distribución masiva de noticias y entretenimientos albergaría solo potencialidades emancipadoras, democratizantes y dialógicas. (2015: 73)

Finalmente otros interrogantes sobre el fenómeno tienen que ver con aspectos estilísticos y su proyección a nivel internacional. La hibridación constituye también una marca en algunos de estos músicos. Recordemos con García Canclini que este fenómeno abarca un conjunto de procesos en que estructuras o prácticas sociales discretas, que existían en formas separadas, se combinan para crear nuevas estructuras, objetos y prácticas en los que se mezclan los antecedentes. Los estudios que adoptan esta perspectiva discuten con las pretensiones de purismo y autenticidad de sociedades “imaginariamente autocontenidas”. Hay en los distintos artistas una búsqueda de una impronta nacional o argentina y en algunos casos latinoamericana dentro del trap y el rap. Tal como puede apreciarse en artistas como Trueno en su último disco Bien o mal o en su más reciente presentación en Tiny Desk, Nicky Nicole en su presentación en Tiny Desk, entre otros. La hibridación del género se produce a partir de las letras, músicas, sonidos y músicas que buscan conectar con tradiciones nacionales y latinoamericanas.

Bibliografía

Becker, Howard (2010) *Mundos del arte*, UNQUI, Buenos Aires.

Becerra, Martín (2012) “Redes y medios: la resurrección de la política” en *En la ruta digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso*, Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires.

Boix, Ornella (2021) “De microcosmos a actor principal del cambio en el rock argentino Veinte años de usos del indie en Buenos Aires desde una perspectiva etnográfica e histórica”, en *Notas de Antropología de las Américas*; Bonn.

del Cueto, Carla y Ferraudi, Cecilia (2015) “*Made in Conurbano*. Música, cine y literatura desde los setenta hasta la actualidad”, en Kessler, Gabriel (director), *Tomo 6: El Gran Buenos Aires*, colección Historia de la Provincia de Buenos Aires, UNIPE/EDHASA, Buenos Aires.

Gallo, Guadalupe y Semán, Pablo (2015) “Capítulo 1: Gestionar. Mezclar. Habitar. Claves en los emprendimientos musicales contemporáneos” en Gallo, Guadalupe y Semán, Pablo (comps.) *Gestionar. Mezclar. Habitar. Claves en los emprendimientos musicales contemporáneos*, Gorla, Buenos Aires.

García Canclini, Néstor (2001) *Culturas híbridas*. Paidós, Buenos Aires.

Irisarri, Victoria (2015) “Mezcla, trama social y formación de nuevas prácticas musicales en Buenos Aires”, en Gallo, Guadalupe y Semán, Pablo (comps.) *Gestionar. Mezclar. Habitar. Claves en los emprendimientos musicales contemporáneos*, Gorla, Buenos Aires.

Brilla la luz para ellas

Fuentes

Entrevistas largas:

FiloneWS (La caja negra) <https://www.youtube.com/watch?v=o7T6fIU8xUY>

Charlando tranquilamente (Ibai) <https://www.youtube.com/watch?v=m2OCWVVISL4E>

En cortinas (podcast) <https://www.youtube.com/watch?v=oOiGjmWjr7o&t=49s>

Generación perdida <https://www.youtube.com/watch?v=IMYr2zLn4d0&t=11s>

A lo foke radio show <https://www.youtube.com/watch?v=q3k1eC7VRR0&t=4s>

La resistencia (España) <https://www.youtube.com/watch?v=pRDARIUp8kI&t=8s>

Entrevista con Coscu https://www.youtube.com/watch?v=lLqMoM_jPqo

Cortas:

Billboard <https://www.youtube.com/watch?v=V5oZ1lgMIEU&t=198s>

Los 40 Urban <https://www.youtube.com/watch?v=NokkXkIFv9E&t=410s>

TN <https://www.youtube.com/watch?v=cFUyhvywf8E&t=42s>

El país (Uruguay) <https://www.youtube.com/watch?v=fkidUm2nEQE&t=33s>

Vice en Español (habla sobre la participación de mujeres en las sessions)

<https://www.youtube.com/watch?v=bzHgl66AF20>

Extracto Ibai (habla de Residente) https://www.youtube.com/watch?v=ta_7IXDFyrM&t=207s

Tu música hoy (cómo nacieron las sessions) <https://www.youtube.com/watch?v=BzSSXCht5So>

Bizarrap latin grammys <https://www.youtube.com/watch?v=kV-CqdmDUZI>

Artistas hablando de BZRP:

María Becerra (no hizo sessions) min

2:11 <https://www.youtube.com/watch?v=WfuBZ3IRZ0U&t=230s>

Nathy Peluso min 11:10 <https://www.youtube.com/watch?v=OOIQKHBGJrE&t=958s>

Villano Antillano <https://www.youtube.com/watch?v=4ui6Gg1FAWI>

min 1:28 <https://www.youtube.com/watch?v=wWXIRM6IbME>

L-Gante <https://www.youtube.com/watch?v=ytKx0jIKjUE>

Snow Tha Product <https://www.youtube.com/watch?v=kfBSr20U7DQ>

Residente <https://www.youtube.com/watch?v=-WRT5CwnlfY>

Ptazeta min 9:15 https://www.youtube.com/watch?v=U_B7Y95uzW0

Entrevista a Dillom, Método Rebord #24: Dillom: <https://youtu.be/cyjwrHWQ7e4>