

TEXT: ADÉLA NOSKOVÁ



Love song pro nás  
není žánr, ale situace

Gufrau, zleva: Moneyosssel (Vojta Pravda), Kubmat (Jakub Matko), H4GO (Hugo Wiesner), foto: Kuba Zeman

Kapela Gufrau během jediného roku výrazně rozšířila publikum, aniž by ztratila vnitřní kompas. V rozhovoru dva členové „boybandu“ Jakub a Vojta mluví o tom, proč se nenechávají svazovat žánry, jak přemýšlejí o love songech, albech a komerčních spolupracích a proč chtějí, aby hudba zůstala v centru všeho dění.

**Za poslední rok jste zaznamenali výrazný nárůst pozornosti a teď máte hned tři nominace v cenách Anděl. Kdy podle vás nastal zlom?**

**Jakub Matko:** U vydání songu *Navždycky blázen*. Právě tehdy se to poprvé výrazně chytlo – měli jsme silné virální video, které začalo fungovat na TikToku a postupně i jinde. Zároveň se to propadlo do reálného poslechu a do toho, že nás lidé začali víc vnímat. V měsíčních posluchačích jsme šli zhruba z osmdesáti tisíc na tři sta tisíc. Podobný nárůst byl i na sociálních sítích – z desítek tisíc zhlédnutí na stovky tisíc.

**Jak se tenhle posun promítl do vašeho osobního života? Dá se říct, že se z hudby stala práce?**

**Vojta Pravda:** Nejvíce se to projevilo v tom, kolik času tomu věnujeme. Hudba je pořád radost, ale zároveň se kolem ní objevila spousta povinností, které s tvorbou přímo nesouvisí – schůzky, organizace, rozhovory. Zlomové bylo pro mě hlavně loňské letní období, kdy jsme vydali dvě EP – *Nožičky* a *GUFRAU213*. Začaly se ozývat větší festivaly, včetně Povalče, kde už potkáváš lidi, kteří se hudbou běžně žijí. V tu chvíli jsme si museli srovnat, jestli je to pořád jen hobby, nebo něco, co nás definuje dlouhodobě. Jakmile se z něčeho stane práce, začneš tomu obětovat jiné možnosti. A to už není jen o radosti, ale i o rozhodnutí.

**S rostoucí pozorností přicházejí i komerční nabídky. Jak si dnes nastavujete hranici mezi spolupracemi, do kterých chcete jít, a těmi, které odmítáte?**



Gufrau s Victorem Kalem, foto: Jan Čestř

**Vojta:** Je to pro nás kontinuální debata. Základní rovina je kulturní kontext – kdo s danou značkou spolupracuje, jaké má portfolio, jaké hodnoty dlouhodobě komunikuje. Sledujeme, jestli spolupráce dává smysl z hlediska obrazu kapely a jestli nás někdo posouvá, nebo naopak může působit rušivě vůči našim posluchačům. Zároveň si uvědomujeme, že spolupráce nemusí být jen transakční. Často řešíme takový test proporcionality – co nám to přinese a co nám to vezme. Ideální je, když spolupráce otevře i jiný rozměr: upozorní na určité téma, podpoří konkrétní iniciativu nebo nastaví alternativní model fungování, třeba formou benefiční akce nebo obecně smysluplného přesahu.

**Jakub:** Není pro nás zajímavý model, kde se jen propojí značka a interpret kvůli maximalizaci dosahu nebo zisku. Spíš nás baví přemýšlet o tom, jestli spolupráce může fungovat i jinak – aby z ní měl někdo další reálný prospěch.

**Vojta:** Zároveň jsme si prošli i období, kdy jsme si říkali, že komerční

spolupráce do hudby vlastně nepatří. Postupně jsme ale došli k tomu, že důležitější než striktní odmítání je způsob, jakým věci děláš. Bez rozšiřování dosahu nemá moc prostor něco sdělovat – ať už hudebně, nebo v debatách, které se kolem kapely přirozeně otevírají. Pokud bychom měli pojmenovat základní princip, kterým se řídíme, tak je to spíš věci dělat než je automaticky nedělat. Ale vždy s vědomím toho, proč to děláme a co tím vzniká.

**Když poslouchám vaši tvorbu, působí na mě hodně lehce a vypravěčsky. Jako kdybych nemusela přesně vědět, „co jste za žánr“, ale spíš sledovala autentický příběh. Jaká jsou dnes vaše hlavní témata?**

**Vojta:** Myslím, že se ani sami nesnažíme přesně definovat, co nejsme nebo co jsme. Jsme čtyři lidi a každý z nás do toho vyprávění vstupuje trochu jinak. Ne všechna témata jsou nutně společná pro všechny, ale existuje určitý leitmotiv, který se tím vine. Asi by se dal popsat

## Základní princip, kterým se řídíme, je spíš věci dělat než je automaticky nedělat.

jako lehké coming of age. Střetávání se s věcmi, které člověk řeší ve chvíli, kdy se snaží osamostatnit – odstěhovat se od rodičů, opustit bezpečný kolektiv školy nebo třídy a najednou čelit otevřenějšímu světu plnému možností i nejistot.

**To je znatelné i v textech o vztazích – nejsou to klasické love songy.**

**Vojta:** Přesně. Spíš jde o něco, co bych

četl doslova jako exaktní výroky, tak by to nefungovalo. Jsou to spíš momentální stavy mysli. „Už nemám čas“ neznamená, že bychom přestali chodit ven nebo že by kalby zmizely. Spíš se do toho dostává jiný pocit – uvědomění, že ta energie není nekonečná, že si to už neužíváš úplně stejně. Je tam taková pragmatičtější, dospělejší rovina. Ne konec zábavy, ale vědomí její ceny.

**Jste poměrně hodně produktivní. Jak přemýšlíte o tempu vydávání nové hudby?**

**Jakub:** Na začátku to bylo hodně pocitové. Pak se přidal Viktor, který má silný cit pro timing a kontext toho, jak věci

**Jakub:** A taky víme, že když na půl roku úplně vypadneme z procesu, je pak těžké se znovu rozjet. Momentum je křehké.

**Už jsme se dotkli albového formátu. V době singlů a EP působí klasické album – deset, dvanáct písní, obal, release – skoro jako starý model. Jak se k tomu stavíte vy?**

**Jakub:** Alba pořád vznikají, nemyslím si, že by ten formát zmizel. Je pravda, že v byznysovém uvažování dnes často nedává úplně smysl, ale to ještě neznamená, že by ztratil hodnotu.

**Vojta:** Pro nás je album pořád strašně silný formát. Právě proto, že nabízí prostor říct víc. Nepodlehnout tlaku na výkon a rychlou spotřebu. Album umožňuje pracovat s konceptem, s celkem, s příběhem.

**Je to i jiný vztah s posluchačem.**

**Vojta:** Přesně. Když posloucháš desku, dostaneš interpreta v celé šíři. Nejen jeden track, ale komplexnější obraz. Buduje se tím vztah, komunita, důvěra.

**Jakub:** A zároveň si myslím, že trendy se pořád mění. To, že dnes dominuje model singlů a krátkých projektů, nemusí platit navždy. U většího projektu máš možnost všechno promyslet, dotáhnout a předat víc.

**Vojta:** Pro mě bylo hodně intenzivní sledovat, jak se album vyvíjelo. Chvillemi jsme měli pocit, že je těch tracků moc, že se v nich ztratí autenticita. Ke konci už to bylo hodně náročné i časově – najednou jsme museli přestat myslet

**Je pro nás pořád důležité, aby to primárně zůstávala tvorba, ne „výroba“.**

na jednotlivé skladby a začít uvažovat o albu jako o celku. Bylo to stresující, náznaky se měnily, všichni jsme se v tom točili dokola. Ale zpětně jsem strašně rád, že jsme rok singlů, EP a virálního tempa zakončili právě albem. Kdyby to skončilo jen menším projektem, nepřineslo by to takovou výpovědní hodnotu. Takhle to ten rok uzavřelo, dalo mu smysl a posunulo nás dál – nejen hudebně, ale i lidsky.

**Když mluvíme o platformách – kde je pro vás ideální místo, kde se prezentovat?**

**Jakub:** Pořád je to primárně Spotify. Hudba je pro nás hlavní sdělení, to, co o nás říká nejvíc. Nechceme stavět prezentaci tak, že bychom primárně „balili balíček“ na Instagramu a k tomu jen doháněli, že děláme hudbu. Chceme, aby hudba byla středem a ostatní platformy ji spíš doprovázely.

**Vojta:** Instagram ale zároveň umí hudbu dobře sdílet. Dnes tam můžeš dát klip v plné délce, pracovat s videem, vizuálem, atmosférou. Pro nás je zajímavý právě jako multimediální prostor – třeba pro vizuální drobnosti, symboly nebo názna-

**Na koncertech máme pocit, že převažují holky, ale data ze streamovacích platform ukazují, že to není úplně jednostranné.**



Gufrau s Victorem Kalem, foto: Jan Čestř

ky světa kolem kapely. Zároveň si ale hlídáme, aby z toho nebyl „Instagram pro Instagram“. Aby zůstal médiem, které hudbu šíří a rozvíjí, ne cílem sám o sobě.

**Jak dnes vnímáte své publikum? Kdo jsou vaši posluchači a jak se za poslední rok proměnili?**

**Vojta:** Upřímně řečeno, není to úplně jednoduché popsat. Nejvíc to vnímáme skrze živé lidi – komentáře na Instagramu a publikum na koncertech. Sekundárně pak přes statistiky na Spotify for Artists. **Vojta:** Geograficky jsou to hlavně velká města, především Praha a Brno. Je to logické, protože jsme jinde prakticky nehráli.

**Oba:** Věkově převažují mladší posluchači, zhruba mezi šestnácti a dvaceti lety.

Na koncertech máme pocit, že převažují holky, ale data ze streamovacích platform ukazují poměr zhruba pět ku čtyřem ve prospěch žen, takže to není úplně jednostranné. Co se týče vývoje, struktura publika zůstala víceméně stejná, ale výrazně se rozšířila. Hlavně ve spodní části věkového spektra – přibýlo hodně lidí kolem osmnácti let a mladších. Takže spíš než proměna typu posluchače šlo o rozšíření té stejné skupiny.

**Jak se tohle promítá do vnímání vaší hudby třeba v rádiích?**

**Jakub:** V rádiích se objevujeme, ale nikdy jsme se tam cíleně netlačili. Neposlali jsme tracky s tím, že bychom chtěli rotaci. Spíš se stalo, že si nás někdo zkusil a zařadil.

**Vojta:** Hodně jsme řešili srozumitelnost – zvuku i textu. Neznamená to, že bychom se cenzurovali, ale přemýšlíme nad tím, jak věci vyznívají. Občas se v textech objeví i expresivnější slovo, ale vždycky v kontextu. Nejde nám o provokaci, spíš o přirozený jazyk. Zároveň víme, že pro rádia je důležitá určitá „čistota“ – nejen produkční, ale i výrazová. Kromě potenciálu oslovit nové posluchače musí track fungovat jako celek.

**Vaše texty jsou ale pořád hodně srozumitelné.**

**Vojta:** To je pro nás důležité. Nemáme potřebu texty komplikovat nebo lámat jazyk do nějakých kódů. Spíš se snažíme mluvit normálně, civilně. Pokud něco říkáme, chceme, aby tomu bylo rozumět.

**Podíme se ještě tematicky trochu vrátit, love songy zajímají každého. Jak je chápete vy a jak k jejich psaní přistupujete?**

**Jakub:** Existují samozřejmě určité osvědčené šablony, které fungují, ale pro nás to není cesta. Nesedáme si s tím, že bychom si řekli: teď jdeme napsat love song – uděláme měkký podklad a líbivý text. Vzniká to mnohem přirozeněji.

**Vojta:** Je to vždycky kombinace řemesla a autentické výpovědi. Texty vycházejí z toho, co reálně prožíváme. Když se k tomu přirozeně připojí beat, který už existuje, nebo naopak vznikne společně s textem, začne to fungovat. Neomezujeme se žánrově – nejsme jen „love band“, ani striktně elektronická ka-

**Nemáme potřebu texty komplikovat nebo lámat jazyk do nějakých kódů. Spíš se snažíme mluvit normálně, civilně.**

pela. Děláme to, co nás baví, a někdy z toho prostě vznikne love song. Zásadní je, že se do textu vždycky promítá konkrétní situace – každodennost, vztahy, peníze, bydlení, únava, návraty domů. Láska u nás není abstraktní pojem, ale součást normálního života. ●



Gufrau s Victorem Kalem a Matem213, foto: Jan Čestř

nazval post-teenage love songy. Je to jiný mindset. I proto tam máme třeba melancholictější, jazzově laděné věci na začátku – naznačují posun. Už to nejsou jen jednoduché písně o zamilovanosti. Pak je tam hodně silné téma bydlení, samostatnosti. A taky kalby – ale už ne v tom bezstarostném smyslu, jaký jsme znali dřív. Dnes se k tomu často vážou i pocity úzkosti, vyčerpání, pochybnosti. Ty věci se v textech obloukovitě vracejí a propojují jednotlivé tracky do celku.

**Zaujala mě třeba věta „už nemám čas“. Jako milenál mám pocit, že my jsme na kalbu měli čas vždycky – je to hodně generační posun?**

**Vojta:** Každý track vzniká v jiném prostředí a v jiné náladě. Kdyby je někdo

lidé vnímají. Dokáže odhadnout, kdy má smysl znovu „přilít“ a posunout tempo dál. Zároveň si ale hlídáme, aby to nebylo tlačeno na sílu. Tvorba nejde vyrábět jako pracovní úkol. Musí to být přirozené a upřímné, nejen produkce tracků proto, aby se něco vydalo.

**Vojta:** Ideálně bychom se chtěli ozvat zhruba jednou za dva měsíce – nemusí to být nutně singl, může to být performance nebo jiný obsah pro komunitu. Důležité je nenechat to úplně ležet, ale současně neztratit autenticitu. Zároveň se nám v životě pořád něco děje. Přicházejí nové situace a témata, se kterými se sami učíme pracovat, a to se přirozeně promítá i do tvorby. Pro nás je pořád důležité, aby to primárně zůstávala tvorba, ne „výroba“.