



**MIGUEL  
TRILLO**



QUADROPHENIA  
DISCO-BAR

Valley  
GIRLSCHOOL  
BLAC  
BOBBY  
+ girls

CHOC

# Crèdits

# Creditos

**Organitza / Organiza**  
Fundació Caixa Castelló

**Col·labora / Colabora**  
Diputació Provincial de Castelló / Ajuntament de la Vall d'Uixó

**Coordina**  
Alfredo Llopico

**Textos / Textos**  
Alfredo Llopico

**Disseny de catàleg / Diseño del catálogo**  
Joan Manuel Menero (Tactelgraphics)

**Muntatge / Montaje**  
Quadre: Manipulació i Muntatge d'Obres d'Art

**Assegurança / Seguro**  
Helvetia Compañía Suiza, S.A.

**Fotografia / Fotografía**  
Miguel Trillo

**Enmarcació / Enmarcación**  
Imaginarte

**Laboratoris fotogràfics / Laboratorios fotográficos**  
La Troupe, Madrid  
Clorofila, Madrid

**Impressió i enquadernació / Impresión y encuadernación**  
Servei Gràfic i Digital de la Diputació de Castelló

© del text / del texto: Los autores

© de les fotografies / de las fotografías: Miguel Trillo

© de la present edició / de la presente edición: Fundació Caixa Castelló

Castelló de la Plana, 2026

Depòsit Legal / Depósito Legal: CS 382-2024

ISBN: 978-84-125804-3-3



## 2005 - 2025

Organitza / Organiza:



Col·labora / Colabora:



Regidoria de Cultura

# Índex Índice

<b>Circuits</b>	<b>7</b>
<b>Talladors de gespa</b>	<b>8</b>
<b>Cortadores de césped</b>	<b>13</b>
<b>Ciutats/ciudades</b>	<b>18 - 19</b>
<b>Fotos</b>	<b>20 - 180</b>
<b>Biografia</b>	<b>182</b>
<b>Biografía</b>	<b>183</b>

## Circuits

La relació de Miguel Trillo amb la Fundació Caixa Castelló i la Sala Sant Miquel de Castelló es remunta a 2018 i s'ha anat consolidant al llarg dels anys a través de diversos projectes. La seua primera exposició individual en este espai, *Equidistàncies: Souvenirs/Pasarel·les*, s'articulava en dos apartats: *Souvenirs*, originat en un projecte encarregat pel diari El País en 1991, que mostrava imatges del suplement dominical dedicat a Castelló de la Plana, complementades amb fotografies realitzades anys després; i *Pasarel·les*, que reunia material produït entre 2010 i 2024 en ciutats dels cinc continents, centrant l'atenció en els amants de la moda que envolten les Setmanes de la Moda internacionals, retratats amb la sensibilitat única de Trillo.

Ara, Trillo presenta *Circuits*, una evolució d'aquell projecte que ret homenatge a dues dècades de labor fotogràfica, des de 2005 fins a 2025, en ciutats de tot el món. Les imatges abasten Espanya (Madrid, Barcelona...), Europa (Londres, París, Milà...), Amèrica (Nova York, Los Angeles, Buenos Aires...), Àsia (Tòquio, Seül, Xangai...), Àfrica (Ciutat del Cap, Casablanca...) i Oceania (Sydney). Malgrat la varietat de geografies, races o credos, les persones retratades comparteixen una mateixa generació i actitud, convertint la sèrie en un cant al respecte, la integració i la pluralitat. Més enllà de l'aspecte extern, les fotografies exploren la intensitat de les mirades, mostrant un món d'éssers comunicants on la moda esdevé una segona pell, expressió d'identitat i estil.

*Circuits* confirma la continuïtat i evolució de la col·laboració de Trillo amb la Fundació Caixa Castelló, consolidant la seua mirada entre la fotografia documental i l'*street style* contemporani i celebrant la diversitat, la creativitat i l'actitud com a valors universals.

La relación de Miguel Trillo con la Fundació Caixa Castelló y la Sala Sant Miquel de Castelló se remonta a 2018 y ha ido consolidándose a lo largo de los años a través de diversos proyectos. Su primera exposición individual en este espacio, *Equidistancias: Souvenirs/Pasarelas*, se articulaba en dos apartados: 'Souvenirs', originado en un proyecto encargado por el periódico El País en 1991, que mostraba imágenes del suplemento dominical dedicado a Castelló de la Plana, complementadas con fotografías realizadas años después; y *Pasarelas*, que reunía material producido entre 2010 y 2024 en ciudades de los cinco continentes, centrandó la atención en los amantes de la moda que rodean las Semanas de la Moda internacionales, retratados con la sensibilidad única de Trillo.

Ahora, Trillo presenta *Circuits*, una evolución de aquel proyecto que rinde homenaje a dos décadas de labor fotográfica, desde 2005 hasta 2025, en ciudades de todo el mundo. Las imágenes abarcan España (Madrid, Barcelona...), Europa (Londres, París, Milán...), América (Nueva York, Los Ángeles, Buenos Aires...), Asia (Tokio, Seül, Shanghái...), África (Ciudad del Cabo, Casablanca...) y Oceanía (Sídney). A pesar de la variedad de geografías, razas o credos, los retratados comparten una misma generación y actitud, convirtiendo la serie en un canto al respeto, la integración y la pluralidad. Más allá de lo externo, las fotos exploran la intensidad de las miradas, mostrando un mundo de seres comunicantes donde la moda se convierte en segunda piel, expresión de identidad y estilo.

*Circuits* confirma la continuidad y evolución de la colaboración de Trillo con la Fundació Caixa Castelló, consolidando su mirada entre la fotografía documental y el *street style* contemporáneo y celebrando la diversidad, la creatividad y la actitud como valores universales.

# Talladors de gespa

*Les estrelles del pop són com doctorands: per existir han de publicar. Potser no em volien a prop o potser no els caia bé, però sens dubte em necessitaven.*

Nat Finkeslstein<sup>1</sup>

A Andy Warhol patia una malaltia social que el feia sortir de casa tots els dies. Si es quedava una sola nit, feia broma dient que els seus gossos es convertien en l'audiència dels seus nous rumors. De fet, explicava que una vegada va passar tota una setmana sense sortir i va estar a punt de provocar-los un atac de nervis.

Segons el mateix artista, els símptomes d'aquesta malaltia social són diversos. Indicava que un d'ells implica estar al lloc i moment adequats. Per això, deia, qui la pateix sent l'impuls de sortir totes les nits per por de perdre's alguna cosa essencial si roman a casa. Així, al matí següent d'haver sortit, el primer que feia en despertar-se era consultar la secció de societat. Si el seu nom apareixia, sentia que la seva presència havia estat rellevant.

El contagi d'aquesta compulsió social, recordava, es produeix a través de la interacció física, especialment mitjançant la salutació amb petons a la galta, ja que la gent guapa mai no estira la mà. És un gest que fa molt de mal<sup>2</sup>. Per això, conclouia, besar i cridar a tothom *darling* al principi, per no fotre-la i no complicar-se la vida, també pot ser una estratègia efectiva.

I

Aquestes reflexions resulten especialment oportunes en aquest moment, quan ressonen més que mai els ecos de la mítica visita d'Andy Warhol a Espanya al gener de 1983. L'artista americà, símbol indiscutible de la modernitat, va estar a Madrid, on es va relacionar amb els personatges més influents i irreverents que aleshores marcaven la tendència. Era un període de transició entre la incerta i trista dècada dels 70 i la bulliciosa i desfermada dècada dels mítics 80. El país, que sortia a trompicons de la dictadura i buscava deixar enrere el letargisme postfranquista, es preparava per obrir-se als nous usos i costums. El canvi era inevitable i

amb ell, una efervescència cultural que marcaria tota una generació.

Coincidint en el temps i en les inquietuds, l'artista gadità Miguel Trillo (Jimena de la Frontera, Cadis, 1953) es consolida com una figura essencial en la memòria fotogràfica d'aquest període. El seu treball, peça clau en el gran àlbum visual de l'època, capturava la consciència generacional d'uns joves que, d'una manera o altra, ja no s'identificaven amb les convencions establertes.

Aquesta mirada pot apreciar-se, en el moment d'escriure aquest text, a l'exposició *Warhol & Vijande*, cita a Barcelona. Més que *imatges Alterades by Christopher Makos*<sup>3</sup>. En les imatges de Trillo presents a la mostra es percep com el carrer vibrava amb intensitat, reflectint un paisatge urbà indistinguible del de qualsevol capital europea—París, Berlín o Londres—on les mateixes tribus urbanes convivia, tot i que aquí van arribar amb una força arrolladora.

Trillo va iniciar la seva trajectòria en aquest moment en què el món avançava a gran velocitat, i es imposava el canvi de rumb. A les seves fotos es palesa com Espanya començava a canviar. Era ja un país en llibertat, en color, que desitjava la modernitat després de la llarga sequera en blanc i negre dels quaranta anys del franquisme. Per a ell, aquells eren els primers brots d'una nova cultura que mereixien ser documentats, un camp de cultiu regat per anys d'efervescència en què va assumir el rol de "tallador de gespa": estava "allí" per veure-ho i registrar-ho.

El Pop havia triomfat. Era el Madrid de *La Movida*, que es reinventava amb les pel·lícules d'Almodóvar, les fotografies de García-Alix, Porto o Pablo Pérez Mínguez, i les pintures de Guillermo Pérez Villalta o Costus. Però també el d'Alaska, Ágatha Ruiz de la Prada o Bibi, les 'noves marques creatives' de les que tothom parlava. Un país en

plena efervescència, amb una generació d'artistes que vivia i creava segons l'esperit del moment.

moni i mirall del seu temps, i avui perduren com un testimoni clau d'aquella època<sup>4</sup>.

II

A les fotografies de Trillo realitzades aleshores es posa de manifest el seu interès per allò que succeïa a la nit madrilenya, més que un afany per ajustar-se a un llenguatge fotogràfic purista. La seva era, i continua sent, una fotografia documental, però no de reportatge. Mostrava la realitat a peu de carrer, amb retrats de figures populars de l'època i llocs representatius d'aquella modernitat emergent. Des dels barris de la capital, com Lavapiés, Vallecas o Malasaña, fins a les seves perifèries, la seva feina va capturar el pols d'un Madrid vibrant i festiu, en un moment especialment fèrtil per a la fotografia.

Poc després d'aquesta eclosió de la nova onada madrilenya, va rebre l'encàrrec d'*El País Semanal* per retratar la cultura jove alternativa de sis ciutats de província a la sèrie *La España inédita*, amb textos de l'escriptor i músic difunt Moncho Alpuente, edició gràfica de Chema Conesa i direcció d'Alberto Anaut. Conclou la sèrie, les imatges es van exposar el 1992 sota el títol *Souvenirs* a la galeria Moriarty de Madrid, i el 1993 a la galeria El Manantial de Barcelona, que per a l'ocasió es va transformar en una botiga de souvenirs on les seves fotografies es reproduïen en objectes turístics. Dues exposicions que van acostar al públic una visió íntima i autèntica de les diferents regions d'Espanya en plena transformació cultural.

El catàleg va ser dissenyat en forma de tires desplegable de postals turístiques que incloïen instantànies de boxejadors de Palència, repartidors de bombones de butà de Ciutat Real, estudiants de Lugo, tamborilers de Terol, *mods* en Vespa de Vitòria o, com en el cas que ocupa aquest catàleg, busos al port d'un Castelló on 'mai passava res'. Una ciutat que, durant la Transició, es debatia entre el pes del passat i l'ebullició de nous ideals, on la lluita per la llibertat, la justícia social i la identitat política s'obria pas malgrat les inèrcies i ombres del franquisme.

Aquestes imatges són, en qualsevol cas, fonamentals per entendre els vuitanta. Són testimonis d'una època que revelen un país que Trillo va saber capturar com ningú. En el seu moment, els espanyols es van veure reflectits en elles, però avui són document i memòria de la història recent. Van ser testi-

Cada generació és única: marca un nou començament i defineix l'esperit del seu temps. Per això, cap es repeteix. Miguel Trillo, que va començar a fotografiar els joves fa gairebé cinquanta anys amb el propòsit de documentar la seva manera de divertir-se, ha explorat aquesta idea, convertint la identitat juvenil en el nucli central de la seva obra. Cal destacar que Trillo concep la fotografia en diàleg amb altres disciplines, com la música i la moda. D'aquesta manera, aglutina i interpreta les inquietuds de cada època a les seves imatges i, al mateix temps, reivindica la cultura del seu temps a través dels seus retratats.

*La Movida* ja va quedar enrere fa algunes dècades. Des de llavors, Trillo no ha deixat de viatjar pel món per documentar la vida de les noves generacions, plasmant les seves diferències i semblances en una societat cada vegada més globalitzada. Els joves assimilen amb facilitat allò que succeeix al seu voltant i s'adapten sense esforç a les noves dinàmiques que emergeixen. Per a ells, el passat no imposa restriccions ni existeixen normes rígides o etiquetes predefinides. Quan el camí està obert i els límits es difuminen, avancen lliurement, seguint la seva intuïció.

Trillo segueix fotografiant l'escena de carrer, però alguna cosa ha canviat. Abans, l'emoció dels concerts residia en acudir a veure al grup favorit i centrar tota l'atenció en l'escenari. Avui, en canvi, l'escena s'ha traslladat a l'espai urbà i a plena llum del dia, on els joves, armats amb els seus telèfons mòbils, han passat a ocupar el centre de l'espectacle, assumint simultàniament el paper de models, protagonistes i observadors actius. En aquest nou escenari, la moda ha adquirit un paper central, i les *fashion weeks* de ciutats com París, Londres, Nova York, Madrid o Berlín s'han convertit en l'epicentre d'aquesta transformació.

En aquest context, Trillo posa especial atenció als joves, en ple procés de creixement, que desitgen destacar-se i comunicar-se amb els altres a través de la seva aparença externa. Per això, s'allunya del model documental i canalitza la seva atenció cap a elements de l'entorn urbà, com la roba,

1. FINKELSTEIN, Nat. *Andy Warhol: The Factory Years 1964-1967*. New York: St. Martins Press, 1989.

2. WARHOL, Andy. *Andy Warhol's Exposures*. New York: Andy Warhol Books/Grosset & Dunlap, 1979.

3. *Warhol & Vijande, cita en Barcelona. Más que Imágenes Alteradas by Christopher Makos*. Fundació Suñol, Barcelona, 4/12/2024-12/04/2025.

4. La sèrie completa de les fotografies publicades de Castelló al suplement *El País Semanal*, ha estat novament exposada a "Equidistàncies: Souvenirs/Pasarel·les", l'exposició dedicada a Miguel Trillo organitzada per la Fundació Caja Castellón a la Sala Sant Miquel de Castelló, del 23 de maig al 13 de juliol de 2024.

que inevitablement reflecteix una estètica moderna i subcultural, representativa d'una gran varietat de cultures urbanes. Aquestes cultures, aparentment minoritàries, tenen un impacte social considerable. Els membres d'aquestes "tribus" urbanes, part de les cultures emergents, constitueixen els nous consumidors de la moda. El que els uneix és un sentit compartit d'identitat i pertinença, que va més enllà de races, edats i gèneres.

Les *fashion weeks*, a més, s'han convertit en els nous escenaris on la fotografia és ben rebuda. Des de principis de la dècada dels cinquanta del segle passat, ha estat comú expressar-se a través de la roba. Per això, els joves no només es troben en concerts nocturns, com els que Trillo va fotografiar als anys vuitanta a Madrid. Avui dia, els troba a plena llum del dia, en aquells espais urbans que formen part de la seva quotidianitat. Es pot veure una joventut desprenuda de preocupacions, en què els models posen per un moment, volen ser fotografiats per curiosament, convertir-se novament en personatges anònims poc després del desfile.

Aquest fenomen també respon a una lògica d'expressió personal. Els joves projecten la imatge que tenen de si mateixos, del seu estil de vida. És un exercici de presentació en què busquen mostrar el seu innegable sentit de l'estil. I és que, avui dia, són ells qui defineixen les tendències en la moda global. La roba que es porta en un desfile a Àsia pot traspasar ràpidament les fronteres del Japó i aparèixer poc després als carrers de Londres, París o Nova York.

Per això, cada dia, sigui quina sigui la seva motivació, es pot veure a joves que busquen mostrar la millor versió de si mateixos al públic. Expressen el que senten a través de la seva aparença. A més, volen ser famosos, veurés, però sobretot ser observats, tinguts en compte fins a convertir-se en l'objectiu d'aquells que van a la recerca de la imatge que marqui la tendència, sense saber que en fer-ho es documenta la quotidianitat del fenomen cultural, irrepètible i viu que és una *fashion week*.

És indiscutible que l'aparició d'Internet ha obert una enorme finestra de possibilitats comunicatives. També de venda. El desenvolupament de connexions ràpides i assequibles, juntament amb càmeres dotades de millor programari, ordinadors i altres aplicacions d'imatge, ha jugat un paper fonamental en facilitar que qualsevol persona pugui

expressar el que pensa, somia o desitja mostrar sense necessitat de recórrer a un fotògraf, càmera, editor o dissenyador, una cosa impensable fins fa relativament poc temps. Aquesta revolució ha permès als consumidors comunicar-se de manera més directa i oberta que mai. A més, ha transformat profundament la manera en què la moda es difon, es promociona i es consumeix.

L'espectador s'ha convertit explícitament en generador de contingut, arribant fins i tot a assumir el paper d'ambaixador de determinades marques. Alguns d'ells, fins i tot, acaben essent reclutats com a dissenyadors i estilistes, integrant-se en la gran indústria de la moda. Així, els qui tradicionalment ocupaven el rol de meres espectadors ara són creadors actius, desitjosos de contar la seva pròpia història. L'obsessió pels *selfies* i l'aparença personal, especialment a través de xarxes socials com Instagram, s'ha generalitzat en la recerca insaciable de *retuits* i "m'agrada", deixant en evidència la importància que té avui dia la imatge. A més, és també la manera en què els joves busquen enfortir el seu vincle i sentit de pertinença amb altres afins —a vegades desconeguts— amb els quals es connecten a través de les xarxes socials, en lloc de fer-ho amb els amics propers del barri o de l'institut, com passava en generacions anteriors.

No és d'estranyar, per tant, descobrir que més de dos terços<sup>5</sup> dels adolescents nord-americans produeixen contingut per a les xarxes socials. Un fenomen que atorga veu a persones anònimes i que, tanmateix, té un valor inqüestionable, ja que ja no és únicament la dels experts i professionals de la moda la que configura les tendències.

En aquest context, la feina de Miguel Trillo es presenta com un autèntic documental de carrer, en què els veritables protagonistes són els joves, impulsors del canvi social. Trillo coneix els llocs clau on trobar els models per als seus retrats. Les seves fotografies estan preses en ciutats on el carrer es converteix en un plató, i els joves, conscients d'això, es vesteixen per atreure mirades i ser fotografiats.

Aquest catàleg reuneix imatges preses a les *fashion week* de ciutats com Londres, París, Berlín i Milà, però també d'urbs americanes com Nova York, Los Angeles o Buenos Aires; asiàtiques com Tòquio, Seül i Xangai; africanes com Ciutat del Cap o Casablanca, i oceàniques com Sídney. Més enllà de

la seva diversitat geogràfica, aquests joves comparteixen una característica essencial: són el veritable centre d'atenció. Anònims, però amb una forta personalitat, encarnen una cultura comuna en un món de diferències, fronteres i llengües.

Trillo ens convida a comprendre l'espectacle del món, a observar amb curiositat aquells escenaris que, en aparença, podrien semblar banals. Igual que en els concerts dels vuitanta, no cerca les estrelles ni els models professionals, sinó el públic: *fashion victims* en constant transformació, joves per als quals la moda és tant un llenguatge com una necessitat. Trillo, que no és un reporter gràfic ni un documentalista al ús, centra la seva obra en la cultura juvenil i les tribus urbanes. Retrata una generació que reivindicava la seva rebel·lia i les seues noves formes de comunicació a través d'estètiques innovadores. No hi ha somriures impostats: posen i miren a la càmera amb naturalitat. El que roman és aquell instant de joventut i el desig contagiós de pertànyer al grup. De fet, l'energia creativa que flueix en aquestes convocatòries de moda es reflecteix plenament en les seues fotografies. Es percep en les posades dels retratats, que ja no es veuen en el mirall, sinó a través de la mirada d'un altre. La notícia autèntica és l'ara, el que succeeix en aquell precís instant. I, quan aquest ara es desvaneix, arriba la següent persona i un altre instant que ocupar. La moda resulta captivadora: és una extensió de la personalitat, intransferible i única en cada individu. Cadascú es sent especial. No sabem res de les seues històries o circumstàncies, però, curiosament, això no importa. Senten que estan en el lloc adequat, en el moment precís i vestits amb un estil que els defineix. Segurament recorden amb precisió com anaven vestits en cada desfilada i d'on procedia el seu *outfit*, perquè només ells podien portar-lo així.

Es percep també de manera molt evident el sentit de comunitat, que ofereix refugi i reforça el sentit de pertinença. Elements com la vestimenta, el llenguatge, el pentinat, la música o la manera de parlar enforteixen els llaços fraternals. Adoptar i aplicar aquests codis permet guanyar el respecte dels semblants, forjar una identitat i trobar un lloc propi. La moda juvenil expressa aquell anhel de llibertat marcada per la imaginació i la creativitat que defineix la joventut, un cop superada la infància. Així sorgixen figures andrògines o d'identitat de gènere indefinit, així com diferents models de masculinitat i feminitat: talons, transparències i maquillatge per a ells; roba ampla, absència de bijuteria i talls de cabell curts per a elles. El

cabell es tingeix de colors vibrants, les peces fluorescents prenen protagonisme i en molts casos, la vestimenta desafía el que està establert.

L'*urban style*, portat amb orgull, transcendeix cultures, races, gèneres i edats fins a convertir-se en un fenomen global i durador. Grunge, glam, punk, rock, hippies, heavies... cada estil fa servir la moda de manera creativa, cercant diferenciar-se d'altres grups juvenils i, sobretot, del món adult. Per a aquests joves no hi ha passat, restriccions ni etiquetes. Amb la llibertat d'elegir, sense camins predissenyats, avancen pel lloc que desitgen. El *street style* és la seua bandera.

En el procés de documentació de tot això, els halurs de plata han estat substituïts pel píxel digital, però continua sent fotografia. Imatges que, tot i que semblen fruit del atzar i de trobades casuals, estan curosament concebudes per capturar el carrer com a escenari d'una cultura audiovisual alternativa. Imatges que conviden a observar la interacció entre l'artista i el seu model. En les desfilades, les convencions socials semblen diluir-se, donant pas a un espai d'experimentació. Allà, les noves generacions troben l'oportunitat d'ocupar el centre de la imatge i convertir-se en protagonistes.

Avui en dia, per viure bé ja no calen diners ni bellesa, quelcom que sempre semblava senzill quan es jove i atractiu. Ara qualsevol pot projectar la imatge que desitge, fins al punt de convèncer altres perquè li paguen per això. Tenir bona presència n'hi ha prou perquè molts vulguen estar al costat sense fer preguntes. Potser siga preferible rodejar-se d'aquests joves anònims abans que dels famosos de sempre. N'hi ha prou amb saber vestir-se adequadament i barrejar-se amb la gent, perquè s'ha arribat a un punt on es respecta més a qui domina la projecció de la seua imatge que a qui simplement paga per estar.

En aquest sentit, Miguel Trillo no cau en l'efectisme. Captura els seus personatges en actitud d'espera, davant de l'objectiu, esperant l'instant del dispar. Es situa davant dels protagonistes que l'envolten en la seua vida quotidiana. Passeja amb la seua càmera a l'espatlla, fotografiant persones aparentment irrelevants per als altres, però que ell sap detectar i immortalitzar. És un artífex d'imatges, capaç de capturar la identitat pública dels joves en les seues agendes atragades. La capacitat de la fotografia per comunicar no depèn únicament del domini tècnic de l'artista, sinó també de l'actitud del fotografiat. Les seues imatges capturen

5. ADZ, King; STONE, Wilma. *This is not fashion: Streetwear, past, present and future*. London, Thames & Hudson, 2019, 258.

fidelment l'essència d'una generació. Les mirades directes a càmera dels retratats revelen una forta consciència de si mateixos. Trillo captura una cultura. Redueix els elements accessoris al mínim, amb una notable economia de mitjans, però amb retratats segurs del seu propi estil.

A més, Trillo celebra la diversitat, creant un espai de llibertat i visibilitat per a homosexuals, bisexuals, transsexuals... Joves amb una consciència d'identitat que els permet desafiar, amb desvergonyiment i decisió, l'ordre establert per fer seu el món que habiten. El seu treball dona lloc a una comunitat autèntica i vibrant, un regne de possibilitats en què la identitat es reafirma a través de la mirada de l'altre. Pel seu objectiu desfilen vides innovadores, reflex de l'entorn heterogènic i dinàmic en què van néixer. Un cant a la vida en un món en constant transformació.

III

Del fanzine dels vuitanta a Instagram en els nostres dies, tot s'ha tornat democràtic en el món de la imatge. Hui en dia, fotografiar sembla haver perdut el seu sentit en una era en què tots es retraten constantment, com si la realitat s'haguera esgotat. Diàriament, una allau d'imatges travessa el nostre camp visual gairebé de manera involuntària: una autèntica cascada de fotografies *nonstop*. No obstant això, no tots saben mirar més enllà. D'entre milers d'instantànies, només unes poques aconsegueixen resistir el pas del temps. El repte de l'artista contemporani és precisament aquest: generar imatges que no només atreguen la nostra atenció, sinó que romanguen en la nostra memòria.

Warhol va anticipar aquest fenomen, convertint-se, en cert sentit, en el primer *instagramer* i el pioner del selfie. El seu univers girava al voltant de la imatge i la celebritat instantània, quelcom que hui milers de persones repliquen en publicar fotos a cada moment. Instagram s'ha convertit en la plataforma perfecta per a aquells que somien amb canviar les seues vides i aconseguir la celebritat, de la nit al matí. D'aquesta manera, el món s'ha reduït a un parpelleig, com parlar: un acte quasi inconscient.

També podrien recordar-se els "famosos per un quart d'hora" de Warhol, aquells que ho eren per haver sigut 'tocats' per la vareta màgica de l'artista i que continuaven sent-ho mentre durava l'interès del públic, a vegades gairebé més que eixos quinze minuts de popularitat que, en el futur, tots tindriem dret a experimentar. En aquest sentit, allí es-

tava Trillo presentant els joves al carrer, capturant eixe instant de fama efímera que els corresponia.

No obstant això, rares vegades es reflexiona sobre el preu de la fama en els nostres dies, ni sobre l'enorme esforç que requereix. No es tracta de treballar per fer-se famosos, sinó de fer-se famosos pel treball realitzat. És, en definitiva, el contrari dels "famosos per un quart d'hora" d'avui dia, aquells que, amb l'actitud i la roba adequades, aconsegueixen accedir a tots els espais i són arrossegats cap a la següent "sensació del moment".

En aquest context, on la visibilitat s'ha convertit en un fi en si mateix, prioritant l'exhibició superficial sobre el contingut profund, la fotografia s'ha consolidat com a protagonista. El que abans es considerava un mitjà secundari davant de la pintura i altres formes d'expressió, hui domina la nostra realitat. S'ha democratitzat i convertit en llenguatge omnipresent. En un món saturat d'imatges, la diferència rau en la mirada: no en l'acte de capturar, sinó en la capacitat de revelar. Perquè hi ha molts parlants i espectadors. Però pocs artistes.

**Alfredo Llopico**

## Cortadores de césped

Las estrellas del pop son como doctorandos: para existir deben publicar. Quizá no me querían cerca o yo no les cayera bien, pero sin duda me necesitaban.

Nat Finkeslstein<sup>1</sup>

Andy Warhol padecía una enfermedad social que lo impulsaba a salir de casa todos los días. Si se quedaba una sola noche, bromeaba diciendo que sus perros se convertirían en la audiencia de sus nuevos rumores. De hecho, contaba que una vez pasó toda una semana sin salir y estuvo a punto de pro- vocarles un ataque de nervios.

Según el propio artista, los síntomas de esta enfermedad social son diversos. Indicaba que uno de ellos implica estar en el lugar y el momento adecuados. Por eso, decía, quien lo sufre siente el impulso de salir todas las noches por miedo a perderse algo esencial si permanece en casa. Así, a la mañana siguiente de haber salido, lo primero que hacía al despertar era consultar la sección de sociedad. Si su nombre aparecía, sentía que su presencia había sido relevante.

El contagio de esta compulsión social, recordaba, ocurre a través de la interacción física, especialmente mediante el saludo con besos en la mejilla, ya que la gente guapa nunca extiende la mano. Es un gesto que duele mucho<sup>2</sup>. Por eso, concluía, besar y llamar a todo el mundo darling en un primer momento, por aquello de no meter la pata y no complicarse la vida, también puede ser una estrategia efectiva.

I

Estas reflexiones resultan especialmente oportunas en este momento, cuando resuenan más que nunca los ecos de la mítica visita de Andy Warhol a España en enero de 1983. El artista americano, símbolo indiscutible de la modernidad, estuvo en Madrid, donde se relacionó con los personajes más influyentes e irreverentes que entonces marcaban la tendencia. Era un periodo de transición entre la incierta y triste década de los 70 y la bulliciosa y descarnada década de los míticos 80. El país, que salía a trompicones de la dictadura y buscaba dejar atrás el letargo postfranquista, se preparaba para abrirse

a los nuevos usos y costumbres. El cambio era inevitable y con él, una efervescencia cultural que marcaría toda una generación.

Coincidiendo en el tiempo y en las inquietudes, el artista gaditano Miguel Trillo (Jimena de la Frontera, Cádiz, 1953) se consolida como una figura esencial en la memoria fotográfica de este periodo. Su trabajo, pieza clave en el gran álbum visual de la época, capturaba la conciencia generacional de unos jóvenes que, de una u otra forma, ya no se identificaban con las convenciones establecidas.

Esta mirada puede apreciarse, en el momento de la escritura de este texto, en la exposición Warhol & Vijande, cita en Barcelona. Más que Imágenes Alteradas by Christopher Makos<sup>3</sup>. En las imágenes de Trillo presentes en la muestra se percibe cómo la calle vibraba con intensidad, reflejando un paisaje urbano indistinguible del de cualquier capital europea—París, Berlín o Londres—donde las mismas tribus urbanas convivían, aunque aquí llegaron con una fuerza arrolladora.

Trillo inició su trayectoria en este momento en el que el mundo avanzaba a gran velocidad, y se imponía el cambio de rumbo. En sus fotos se evidencia cómo España empezaba a cambiar. Era ya un país en libertad, en color, que ansiaba la modernidad tras la larga sequía en blanco y negro de los cuarenta años del franquismo. Para él, aquellos eran los primeros brotes de una nueva cultura que merecían ser documentados, un campo de cultivo regado por años de efervescencia en los que asumió el rol de "cortador de césped": estaba "allí" para verlo y registrarlo.

El Pop había triunfado. Era el Madrid de La Movida, que se reinventaba con las películas de Almodóvar, las fotografías de García-Alix, Porto o Pablo Pérez Minguez, y las pinturas de Guillermo Pérez Villalta o Costus. Pero también el de Alaska, Ágatha Ruiz de la Prada o Bibi, las 'nuevas marcas creativas' de las que todos hablaban. Un país en

1. FINKELSTEIN, Nat. *Andy Warhol: The Factory Years 1964-1967*. New York: St. Martins Press, 1989.  
2. WARHOL, Andy. *Andy Warhol's Exposures*. New York: Andy Warhol Books/Grosset & Dunlap, 1979.  
3. *Warhol & Vijande, cita en Barcelona. Más que Imágenes Alteradas by Christopher Makos*. Fundació Suñol, Barcelona, 4/12/2024-12/04/2025.

plena efervescencia, con una generación de artistas que vivía y creaba según el espíritu del momento.

En las fotografías de Trillo realizadas entonces se evidencia su interés por lo que ocurría en la noche madrileña, más que un afán por ajustarse a un lenguaje fotográfico purista. La suya era, y sigue siendo, una fotografía documental, pero no de reportaje. Mostraba la realidad a pie de calle, con retratos de figuras populares de la época y lugares representativos de aquella modernidad emergente. Desde los barrios de la capital, como Lavapiés, Vallecas o Malasaña, hasta sus periferias, su trabajo capturó el pulso de un Madrid vibrante y festivo, en un momento especialmente fértil para la fotografía.

Poco después de esta eclosión de la nueva ola madrileña, recibió el encargo de El País Semanal para retratar la cultura joven alternativa de seis ciudades de provincia en la serie La España inédita, con textos del fallecido escritor y músico Moncho Alpuente, edición gráfica de Chema Conesa y dirección de Alberto Anaut. Concluida la serie, las imágenes fueron expuestas en 1992 bajo el título Souvenirs en la galería Moriarty de Madrid, y en 1993 en la galería El Manantial de Barcelona, que para la ocasión se transformó en una tienda de souvenirs donde sus fotografías se reproducían en objetos turísticos. Dos exposiciones que acercaron al público una visión íntima y auténtica de las distintas regiones de España en plena transformación cultural.

El catálogo fue diseñado en forma de tiras desplegadas de postales turísticas que incluían instantáneas de boxeadores de Palencia, repartidores de bombonas de butano de Ciudad Real, estudiantes de Lugo, tamborileros de Teruel, mods en Vespa de Vitoria o, como en el caso que ocupa este catálogo, buzos en el puerto de un Castellón donde ‘nunca pasaba nada’. Una ciudad que, durante la Transición, se debatía entre el peso del pasado y la ebullición de nuevos ideales, donde la lucha por la libertad, la justicia social y la identidad política se abría paso a pesar de las inercias y sombras del franquismo.

Estas imágenes son, en cualquier caso, fundamentales para entender los ochenta. Son testimonios de una época que revelan un país que Trillo supo captar como nadie. En su momento, los españoles se vieron reflejados en ellas, pero hoy son documento y memoria de la historia reciente. Fueron tes-

tigo y espejo de su tiempo, y hoy perviven como un testimonio clave de aquella época<sup>4</sup>.

## II

Cada generación es única: marca un nuevo comienzo y define el espíritu de su tiempo. Por eso, ninguna se repite. Miguel Trillo, que comenzó a fotografiar a los jóvenes hace casi cincuenta años con el propósito de documentar su forma de divertirse, ha explorado esta idea, convirtiendo la identidad juvenil en el eje central de su trabajo. Cabe destacar que Trillo concibe la fotografía en diálogo con otras disciplinas, como la música y la moda. De este modo, aglutina e interpreta las inquietudes de cada época en sus imágenes y, al mismo tiempo, reivindica la cultura de su tiempo a través de sus retratados.

La Movida quedó atrás hace ya varias décadas. Desde entonces, Trillo no ha dejado de viajar por el mundo para documentar la vida de las nuevas generaciones, plasmando sus diferencias y semejanzas en una sociedad cada vez más globalizada. Los jóvenes asimilan con facilidad lo que sucede a su alrededor y se adaptan sin esfuerzo a las nuevas dinámicas que emergen. Para ellos, el pasado no impone restricciones ni existen normas rígidas o etiquetas predefinidas. Cuando el camino está abierto y los límites se desdibujan, avanzan libremente, siguiendo su intuición.

Trillo sigue fotografiando la escena callejera, pero algo ha cambiado. Antes, la emoción de los conciertos residía en acudir a ver al grupo favorito y centrar toda la atención en el escenario. Hoy, en cambio, la escena se ha trasladado al espacio urbano y a plena luz del día, donde los jóvenes, armados con sus teléfonos móviles, han pasado a ocupar el centro del espectáculo, asumiendo simultáneamente el papel de modelos, protagonistas y observadores activos. En este nuevo escenario, la moda ha cobrado un papel central, y las fashion weeks de ciudades como París, Londres, Nueva York, Madrid o Berlín se han convertido en el epicentro de esta transformación.

En este contexto, Trillo pone especial atención en los jóvenes, en pleno proceso de crecimiento, que desean destacarse y comunicarse con los demás a través de su apariencia externa. Para ello, se aleja del modelo documental y canaliza su atención hacia elementos del entorno urbano, como la ropa, que inevitablemente refleja una estética moderna y

subcultural, representativa de una gran variedad de culturas urbanas. Estas culturas, aparentemente minoritarias, tienen un impacto social considerable. Los miembros de estas ‘tribus’ urbanas, parte de las culturas emergentes, constituyen los nuevos consumidores de la moda. Lo que les une es un sentido compartido de identidad y pertenencia, que va más allá de razas, edades y géneros.

Las fashion weeks, además, se han convertido en los nuevos escenarios en los que la fotografía es bien recibida. Desde principios de la década de los cincuenta del siglo pasado, ha sido común expresarse a través de la ropa. Por eso, los jóvenes no solo se encuentran en conciertos nocturnos, como los que Trillo fotografió en los años ochenta en Madrid. Hoy en día, los encuentra a plena luz del día, en esos espacios urbanos que forman parte de su cotidianidad. Se puede ver a una juventud despreocupada, en la que los modelos posan por un momento, quieren ser fotografiados para, curiosamente, convertirse nuevamente en personajes anónimos poco después del desfile.

Este fenómeno también responde a una lógica de expresión personal. Los jóvenes proyectan la imagen que tienen de sí mismos, de su estilo de vida. Es un ejercicio de presentación en el que buscan mostrar su innegable sentido del estilo. Y es que, hoy en día, son ellos quienes definen las tendencias en la moda global. La ropa que se lleva en un desfile en Asia puede traspasar rápidamente las fronteras de Japón y aparecer poco después en las calles de Londres, París o Nueva York.

Por eso, cada día, sea cual sea su motivación, puede verse a jóvenes que buscan mostrar la mejor versión de sí mismos al público. Expresan lo que sienten a través de su apariencia. Además, quieren ser famosos, ver, pero sobre todo ser observados, tenidos en cuenta hasta convertirse en el objetivo de quienes van a la búsqueda de la imagen que marque la tendencia, sin saber que al hacerlo se documenta la cotidianeidad del fenómeno cultural, irreplicable y vivo que es una fashion week.

Es indiscutible que la aparición de Internet ha abierto una enorme ventana de posibilidades comunicativas. También de venta. El desarrollo de conexiones rápidas y asequibles, junto con cámaras dotadas de mejor software, ordenadores y otras aplicaciones de imagen, ha desempeñado un papel fundamental

al facilitar que cualquiera pueda expresar lo que piensa, sueña o desea mostrar sin necesidad de recurrir a un fotógrafo, cámara, editor o diseñador, algo impensable hasta hace relativamente poco tiempo. Esta revolución ha permitido a los consumidores comunicarse de forma más directa y abierta que nunca. Además, ha transformado profundamente la manera en que la moda se difunde, se promueve y se consume.

El espectador se ha convertido explícitamente en generador de contenido, llegando incluso a asumir el papel de embajador de determinadas marcas. Algunos de ellos incluso, acaban siendo reclutados como diseñadores y estilistas, integrándose en la gran industria de la moda. Así, quienes tradicionalmente ocupaban el rol de mero espectadores ahora son creadores activos, deseosos de contar su propia historia. La obsesión por los selfies y la apariencia personal, especialmente a través de redes sociales como Instagram, se generalizó en la búsqueda insaciable de retuits y “me gusta”, dejando en evidencia la importancia que tiene hoy la imagen. Además, es también el modo en que los jóvenes buscan fortalecer su vínculo y sentido de pertenencia con otros afines —a menudo desconocidos— con quienes se conectan a través de las redes sociales, en lugar de hacerlo con los amigos cercanos del barrio o del instituto, como ocurría en generaciones anteriores.

No es de extrañar, por tanto, descubrir que más de dos tercios<sup>5</sup> de los adolescentes estadounidenses producen contenido para las redes sociales. Un fenómeno que otorga voz a personas anónimas y que, sin embargo, tiene un valor incuestionable, pues ya no es únicamente la de los expertos y profesionales de la moda la que configura las tendencias.

En este contexto, el trabajo de Miguel Trillo se presenta como un auténtico documental callejero, en el que los verdaderos protagonistas son los jóvenes, impulsores del cambio social. Trillo conoce los lugares clave donde encontrar a los modelos para sus retratos. Sus fotografías están tomadas en ciudades donde la calle se convierte en un plató, y los jóvenes, conscientes de ello, se visten para atraer miradas y ser fotografiados.

Este catálogo reúne imágenes tomadas en las fashion week de ciudades como Londres, París, Berlín y Milán, pero también de urbes americanas como Nueva York, Los Ángeles

4. La serie completa de las fotografías publicadas de Castellón en *El País Semanal*, ha sido de nuevo expuesta en “Equidistancias: Souvenirs/Pasarelas”, la exposición dedicada a Miguel Trillo organizada por la Fundación Caja Castellón en la Sala San Miguel de Castelló, del 23 de mayo al 13 de julio de 2024.

5. ADZ, King; STONE, Wilma. *This is not fashion: Streetwear, past, present and future*. London, Thames & Hudson, 2019, 258

o Buenos Aires; asiáticas como Tokio, Seúl y Shanghái; africanas como Ciudad del Cabo o Casablanca, y oceánicas como Sídney. Más allá de su diversidad geográfica, estos jóvenes comparten un rasgo esencial: son el verdadero centro de atención. Anónimos, pero con una fuerte personalidad encarnan una cultura común en un mundo de diferencias, fronteras y lenguas.

Trillo nos invita a comprender el espectáculo del mundo, a observar con curiosidad esos escenarios que, en apariencia, podrían parecer banales. Al igual que en los conciertos de los ochenta, no busca a las estrellas ni a los modelos profesionales, sino al público: fashion victims en constante transformación, jóvenes para quienes la moda es tanto un lenguaje como una necesidad. Trillo, que no es un reportero gráfico ni un documentalista al uso, centra su trabajo en la cultura juvenil y las tribus urbanas. Retrata a una generación que reivindica su rebeldía y sus nuevas formas de comunicación a través de estéticas innovadoras. No hay sonrisas impostadas: posan y miran a la cámara con naturalidad. Lo que permanece es ese instante de juventud y el deseo contagioso de pertenecer al grupo. De hecho, la energía creativa que fluye en estas convocatorias de moda se refleja plenamente en sus fotografías. Se percibe en las poses de los retratados, que ya no se ven en el espejo, sino a través de la mirada de otro. La auténtica noticia es el ahora, lo que sucede en ese preciso instante. Y, cuando ese ahora se desvanece, llega la siguiente persona y otro instante que ocupar. La moda resulta cautivadora: es una extensión de la personalidad, intransferible y única en cada individuo. Cada uno se siente especial. No sabemos nada de sus historias o circunstancias, pero, curiosamente, eso no importa. Sienten que están en el lugar adecuado, en el momento preciso y vestidos con un estilo que los define. Seguramente recuerdan con exactitud cómo iban vestidos en cada desfile y de dónde procedía su outfit, porque solo ellos podían llevarlo así.

Se percibe además de manera muy evidente el sentido de comunidad, que ofrece refugio y refuerza el sentido de pertenencia. Elementos como la vestimenta, el lenguaje, el peinado, la música o el modo de hablar fortalecen los lazos fraternales. Adoptar y aplicar estos códigos permite ganar el respeto de los semejantes, forjar una identidad y encontrar un lugar propio. La moda juvenil expresa ese anhelo de libertad marcada por la imaginación y la creatividad que define la juventud, una vez superada la infancia. Así surgen figuras andróginas o de identidad de género indefinida, así como distintos mode-

los de masculinidad y feminidad: tacones, transparencias y maquillaje para ellos; ropa holgada, ausencia de bisutería y cortes de cabello cortos para ellas. El cabello se tiñe de colores vibrantes, las prendas fluorescentes cobran protagonismo y en muchos casos, la vestimenta desafía lo establecido.

El urban style, llevado con orgullo, trasciende culturas, razas, géneros y edades hasta convertirse en un fenómeno global y duradero. Grunge, glam, punk, rock, hippies, heavies... cada estilo usa la moda de manera creativa, buscando diferenciarse de otros grupos juveniles y, sobre todo, del mundo adulto. Para estos jóvenes no existen pasado, restricciones ni etiquetas. Con la libertad de elegir, sin caminos prediseñados, avanzan por donde desean. El street style es su bandera.

En el proceso de documentación de todo esto los haluros de plata han sido reemplazados por el píxel digital, pero sigue siendo fotografía. Imágenes que, aunque parecen fruto del azar y de encuentros casuales, están cuidadosamente concebidas para capturar la calle como escenario de una cultura audiovisual alternativa. Imágenes que invitan a observar la interacción entre el artista y su modelo. En los desfiles, las convenciones sociales parecen diluirse, dando paso a un espacio de experimentación. Allí, las nuevas generaciones encuentran la oportunidad de ocupar el centro de la imagen y convertirse en protagonistas.

Hoy en día, para vivir bien ya no hace falta dinero ni belleza, algo que siempre pareció sencillo cuando se es joven y atractivo. Ahora cualquiera puede proyectar la imagen que desee, hasta el punto de convencer a otros de que le paguen por ello. Tener buena presencia basta para que muchos quieran estar al lado sin hacer preguntas. Quizá sea preferible rodearse de estos jóvenes anónimos antes que de los famosos de siempre. Basta con saber vestirse adecuadamente y mezclarse con la gente, porque se ha llegado a un punto en el que se respeta más a quien domina la proyección de su imagen que a quien simplemente paga por estar.

En ese sentido Miguel Trillo no cae en el efectismo. Capta a sus personajes en actitud de espera, frente al objetivo, aguardando el instante del disparo. Se sitúa ante los protagonistas que lo rodean en su vida cotidiana. Pasea con su cámara al hombro, fotografian-do a personas aparentemente irrelevantes para los demás, pero que él sabe detectar e inmortalizar. Es un artífice de imágenes, capaz de capturar la identidad pública de los jóvenes en sus ajetreadas agendas. La

capacidad de la fotografía para comunicar no depende únicamente del dominio técnico del artista, sino también de la actitud del fotografiado. Sus imágenes captan fielmente la esencia de una generación. Las miradas directas a cámara de los retratados revelan una fuerte conciencia de sí mismos. Trillo captura una cultura. Reduce los elementos accesorios al mínimo, con una notable economía de medios, pero con retratados seguros de su propio estilo.

Además, Trillo celebra la diversidad, creando un espacio de libertad y visibilidad para homosexuales, bisexuales, transexuales... Jóvenes con una conciencia de identidad que les permite desafiar, con descaro y decisión, el orden establecido para hacer suyo el mundo que habitan. Su trabajo da lugar a una comunidad auténtica y vibrante, un reino de posibilidades en el que la identidad se reafirma a través de la mirada del otro. Por su objetivo desfilan vidas innovadoras, reflejo de un entorno heterogéneo y dinámico en el que nacieron. Un canto a la vida en un mundo en constante transformación.

### III

Del fanzine de los ochenta a Instagram en nuestros días, todo se ha vuelto democrático en el mundo de la imagen. Hoy en día, fotografiar parece haber perdido su sentido en una era en la que todos se retratan constantemente, como si la realidad se hubiera agotado. A diario, una avalancha de imágenes cruza nuestro campo visual casi de manera involuntaria: una auténtica cascada de fotografías nonstop. Sin embargo, no todos saben mirar más allá. De entre miles de instantáneas, solo unas pocas consiguen resistir el paso del tiempo. El desafío del artista contemporáneo es precisamente ese: generar imágenes que no solo atraigan nuestra atención, sino que permanezcan en nuestra memoria.

Warhol anticipó este fenómeno, convirtiéndose, en cierto modo, en el primer instagramer y el pionero del selfie. Su universo giraba en torno a la imagen y la celebridad instantánea, algo que hoy miles de personas replican al publicar fotos a cada momento. Instagram se ha convertido en la plataforma perfecta para quienes sueñan con cambiar sus vidas y alcanzar la celebridad, de la noche a la mañana. De este modo, el mundo se ha reducido a un parpadeo, como hablar: un acto casi inconsciente.

También podrían recordarse los “famosos por un cuarto de hora” de Warhol, aquellos que lo eran por haber sido ‘tocados’ por la varita mágica del artista y que continuaban

siéndolo mientras duraba el interés del público, a veces apenas más que esos quince minutos de popularidad que, en el futuro, todos tendríamos derecho a experimentar. En ese sentido ahí estaba Trillo presentando a los jóvenes en las calles, capturando ese instante de fama efímera que les corresponde.

Sin embargo, rara vez se reflexiona sobre el precio de la fama en nuestros días, ni sobre el enorme esfuerzo que requiere. No se trata de trabajar para hacerse famoso, sino de hacerse famoso por el trabajo realizado. Es, en definitiva, lo opuesto a los “famosos por un cuarto de hora” de hoy en día, quienes, con la actitud y la ropa adecuadas, logran acceder a todos los espacios y son arrastrados hacia la siguiente “sensación del momento”.

En este contexto, donde la visibilidad se ha convertido en un fin en sí mismo, priorizando la exhibición superficial sobre el contenido profundo, la fotografía se ha consolidado como protagonista. Lo que antes se consideraba un medio secundario frente a la pintura y otras formas de expresión, hoy domina nuestra realidad. Se ha democratizado y convertido en lenguaje omnipresente. En un mundo saturado de imágenes, la diferencia radica en la mirada: no en el acto de capturar, sino en la capacidad de revelar. Porque hay muchos habladores y espectadores. Pero pocos artistas.

**Alfredo Llopico**

**CIUTATS / CIUDADES:**

**AMSTERDAM  
BADAJOZ  
BANGKOK  
BARCELONA  
BEIJING  
BERLIN  
BUENOS AIRES  
CAPE TOWN  
CASABLANCA  
CASTELLÓ DE LA PLANA  
CHICAGO  
CIUDAD DE GUATEMALA  
CIUDAD DE PANAMÁ  
COPENHAGEN  
DELHI  
HANOI  
HO CHI MINH-SAIGON  
HONG KONG  
JAKARTA  
JOHANNESBURG  
KUALA LUMPUR  
LIMA  
LISBOA**

**LOS ANGELES  
LONDON  
MADRID  
MANILA  
MIAMI  
MILANO  
MONTEVIDEO  
MOSCOW  
MUMBAI  
NEW YORK  
PARIS  
PHNOM PENH  
PUNTA DEL ESTE  
ROMA  
SANTIAGO  
SÃO PAULO  
SEOUL  
SHANGHAI  
SINGAPORE  
SYDNEY  
TAIPEI  
TOKYO  
VALÈNCIA  
VIGO**

2005



MANILA

2006



MADRID

2006



CIUDAD  
DE PANAMÁ

2007



BEIJING



TOKYO



DELHI

**2007**



**DELHI**

**2008**



**BARCELONA**

2008



MUMBAI

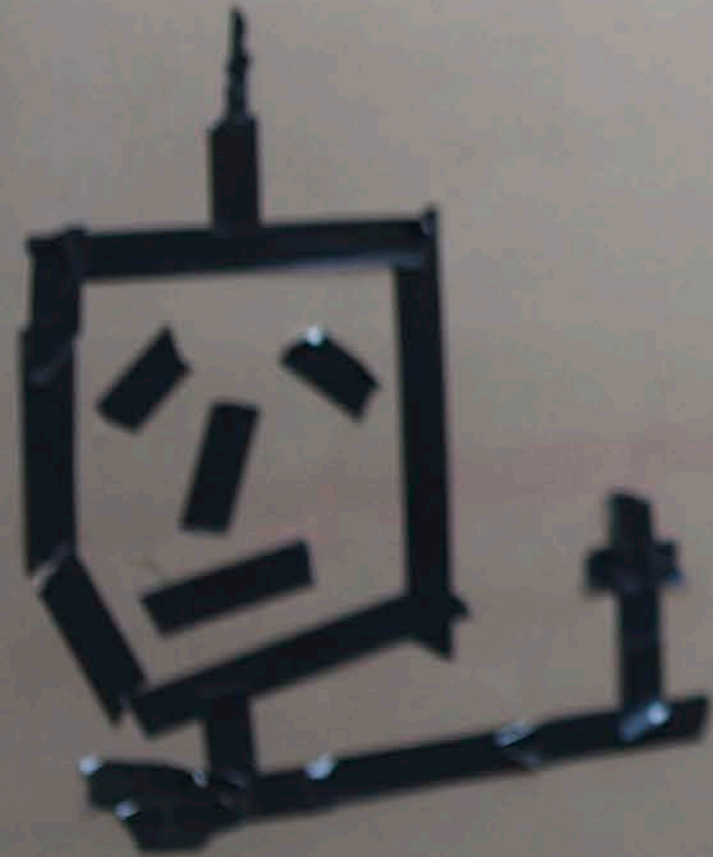
2009



NEW YORK

2010

SEOUL



2010



SEOUL

2011



HO CHI MINH-SAIGON

2012



LOS ANGELES

2012



CASABLANCA

2013



LOS ANGELES

2013



HO CHI MINH-SAIGON

2014



RABAT

2014



BUENOS AIRES

2014



CIUDAD  
DE  
GUATEMALA

2014



CASABLANCA

2014



HANOI

2015



KUALA LUMPUR

2015



CASABLANCA

2015



CASABLANCA

2016



BANGKOK

2016



BANGKOK

2016



JAKARTA

2016



MOSCOW

2016



SINGAPORE

2016



SINGAPORE

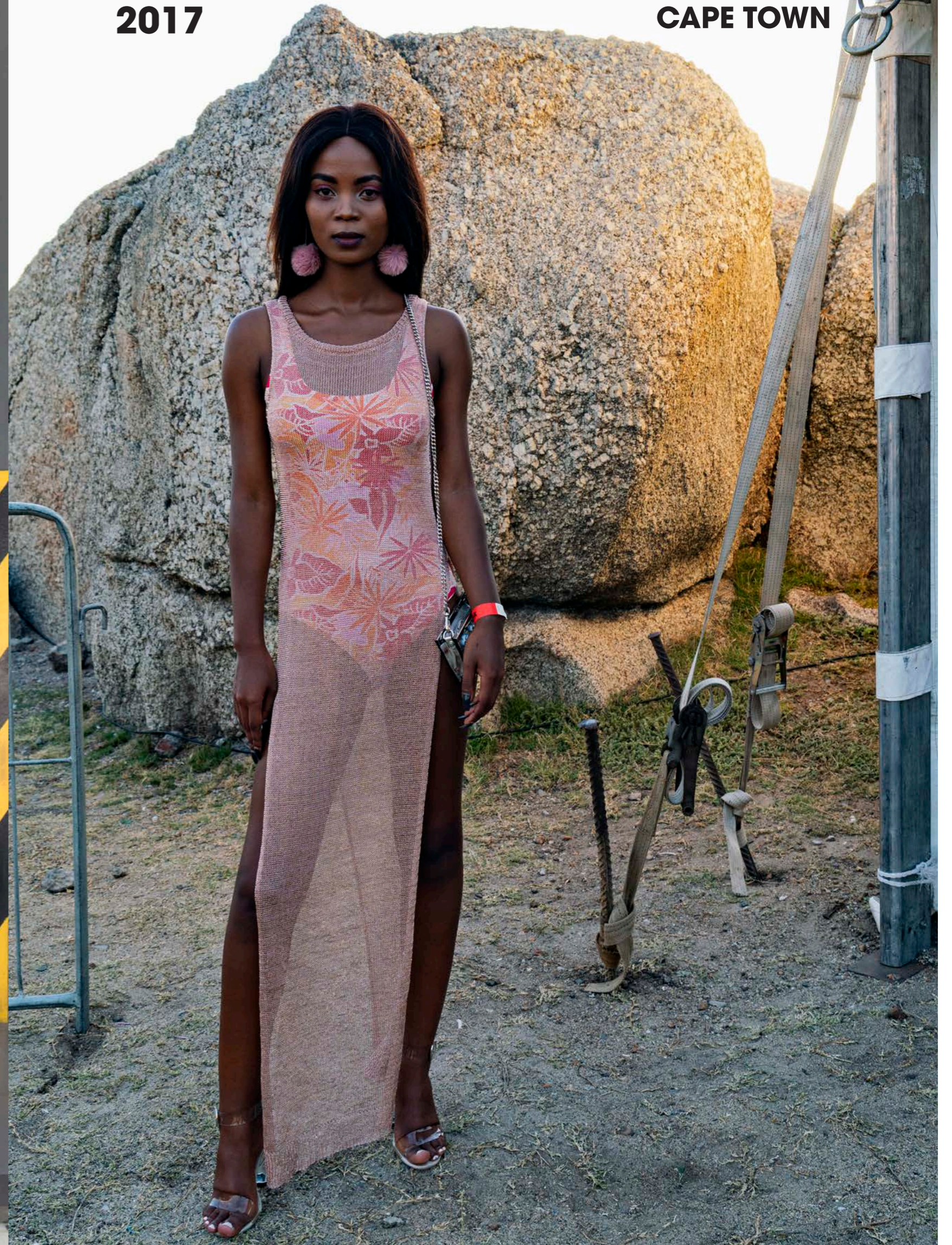
2016



PHNOM PENH

2017

CAPE TOWN



HONG KONG

2017



2017

CAPE TOWN



SEOUL

2017



2017

SHANGHAI



SEOUL

2017



2017



SEOUL

2017



SEOUL

2017



TAIPEI

2017



TOKYO

2017



TOKYO

2017



TOKYO

2017



TOKYO

2017



TOKYO

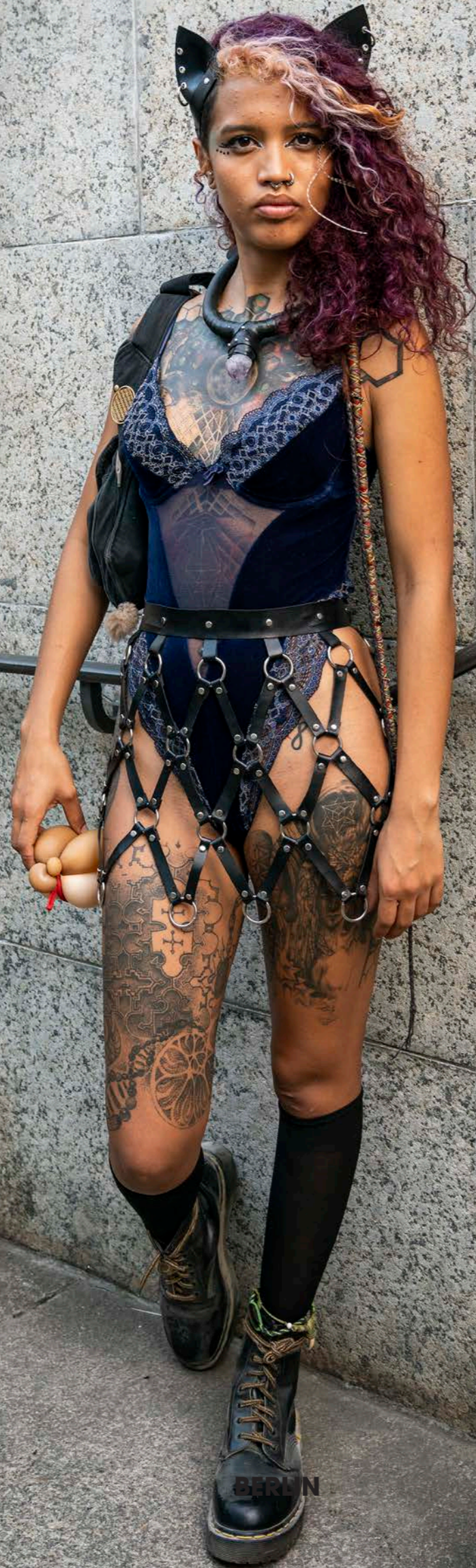
2018



CASTELLÓ DE LA PLANA

**BERLIN**

**2018**



**2018**

**CASABLANCA**



2018



CAPE TOWN

2018

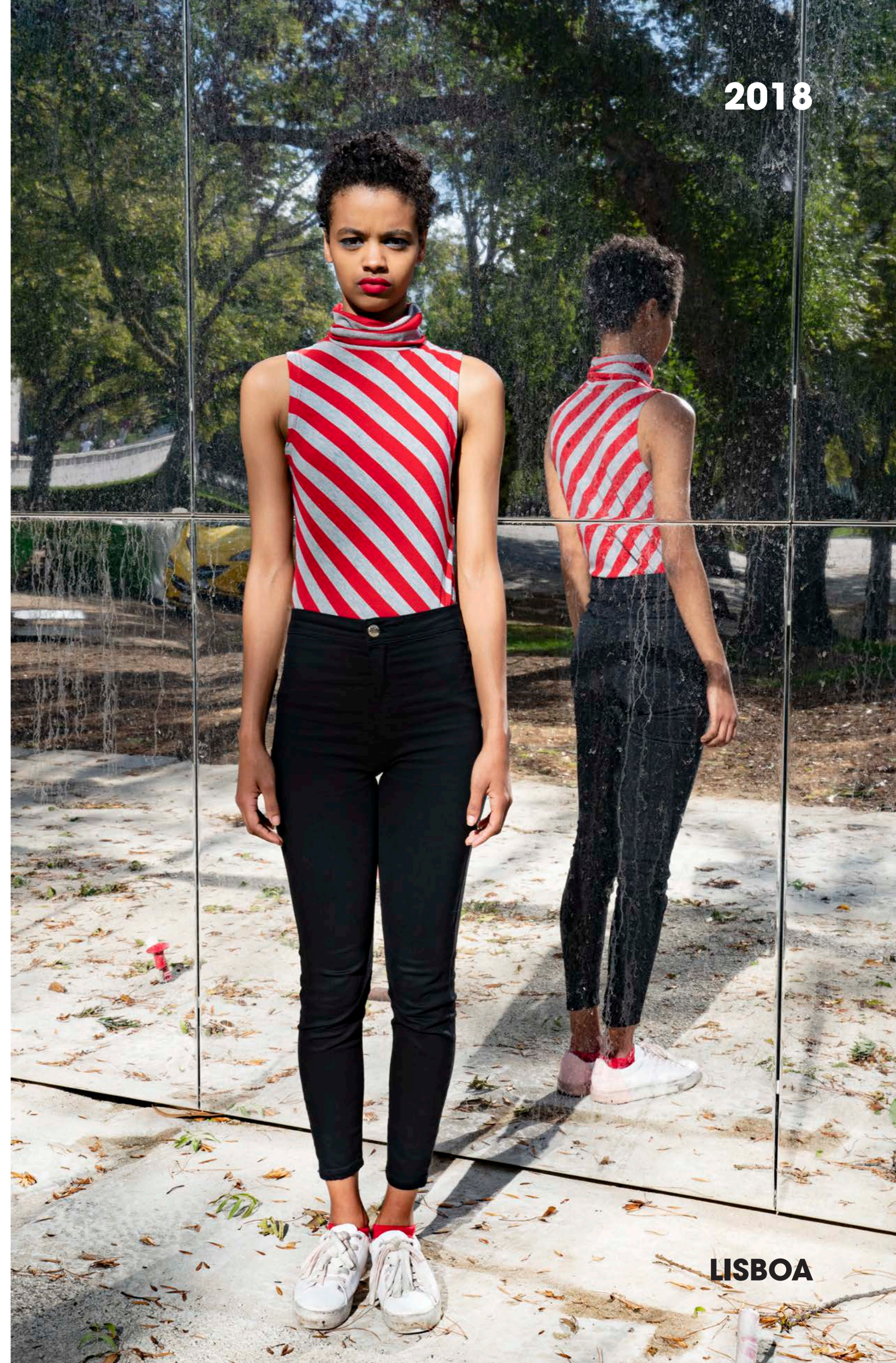


CAPE TOWN



**2018**

**JOHANNESBURG**



**2018**

**LISBOA**

2018



MADRID

2018



MADRID

2018



MADRID

2018



MILANO

2018



PARIS

2018



PARIS

2018



TOKYO

2018



TOKYO

BERLIN

2019



2019

LONDON



LONDON

2019



2019

LONDON



2019



LONDON

2019



LONDON

2019



LONDON

2019



LIMA

LISBOA

2019



2019

MADRID



2019



MILANO

2019



MILANO

NEW YORK

2019



2019

NEW YORK



2019



NEW YORK

2019



NEW YORK

2019



SÃO PAULO

2019



PARIS

**2019**

**2019**



**LISBOA**

**SÃO PAULO**

**2020**



**MADRID**

**2020**



**MADRID**

2020



MADRID

2020



MADRID

2021



VALÈNCIA

2021



MADRID

**BARCELONA**

**2021**



**2022**



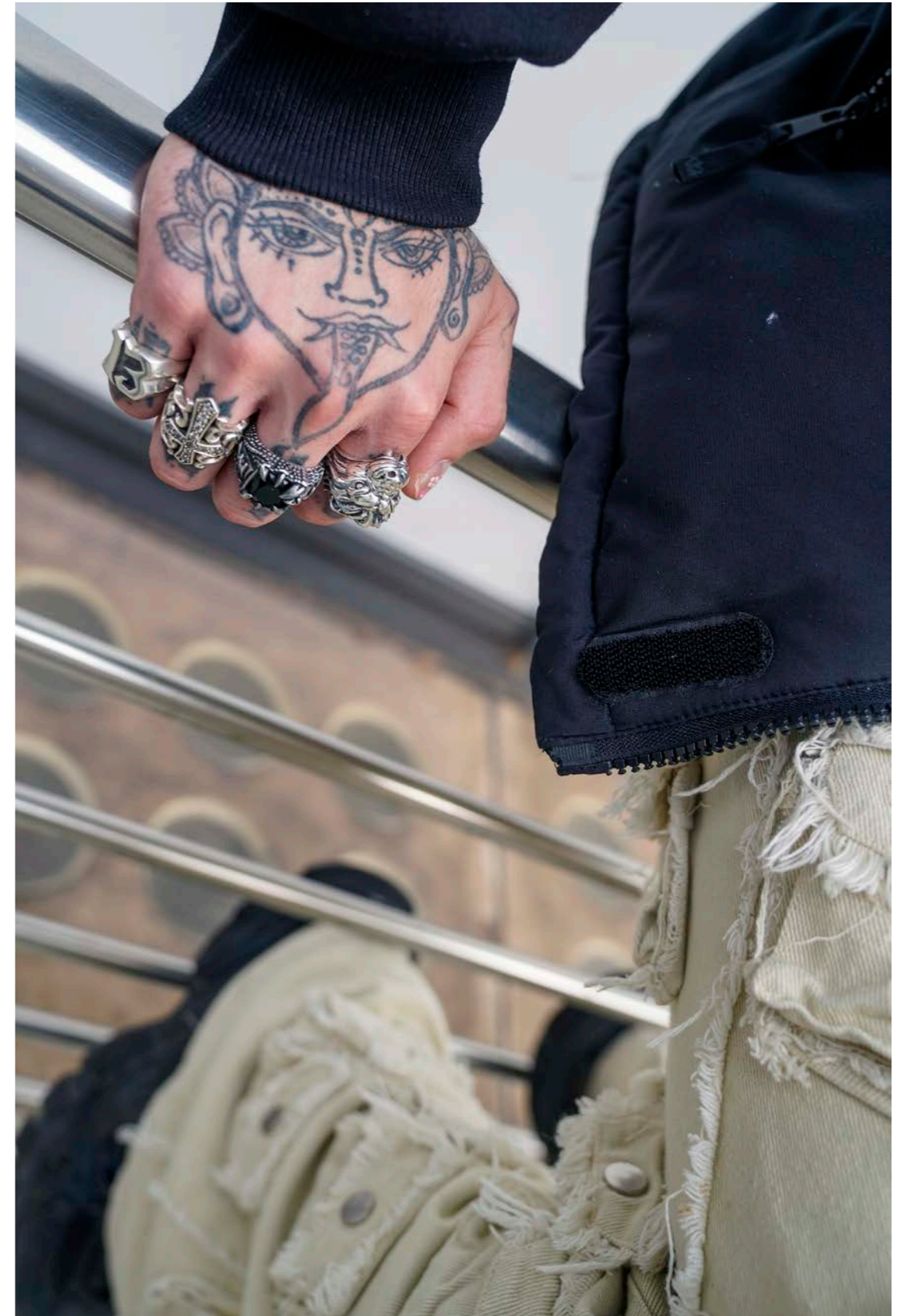
**BARCELONA**

2022



LISBOA

2022



LONDON

2022



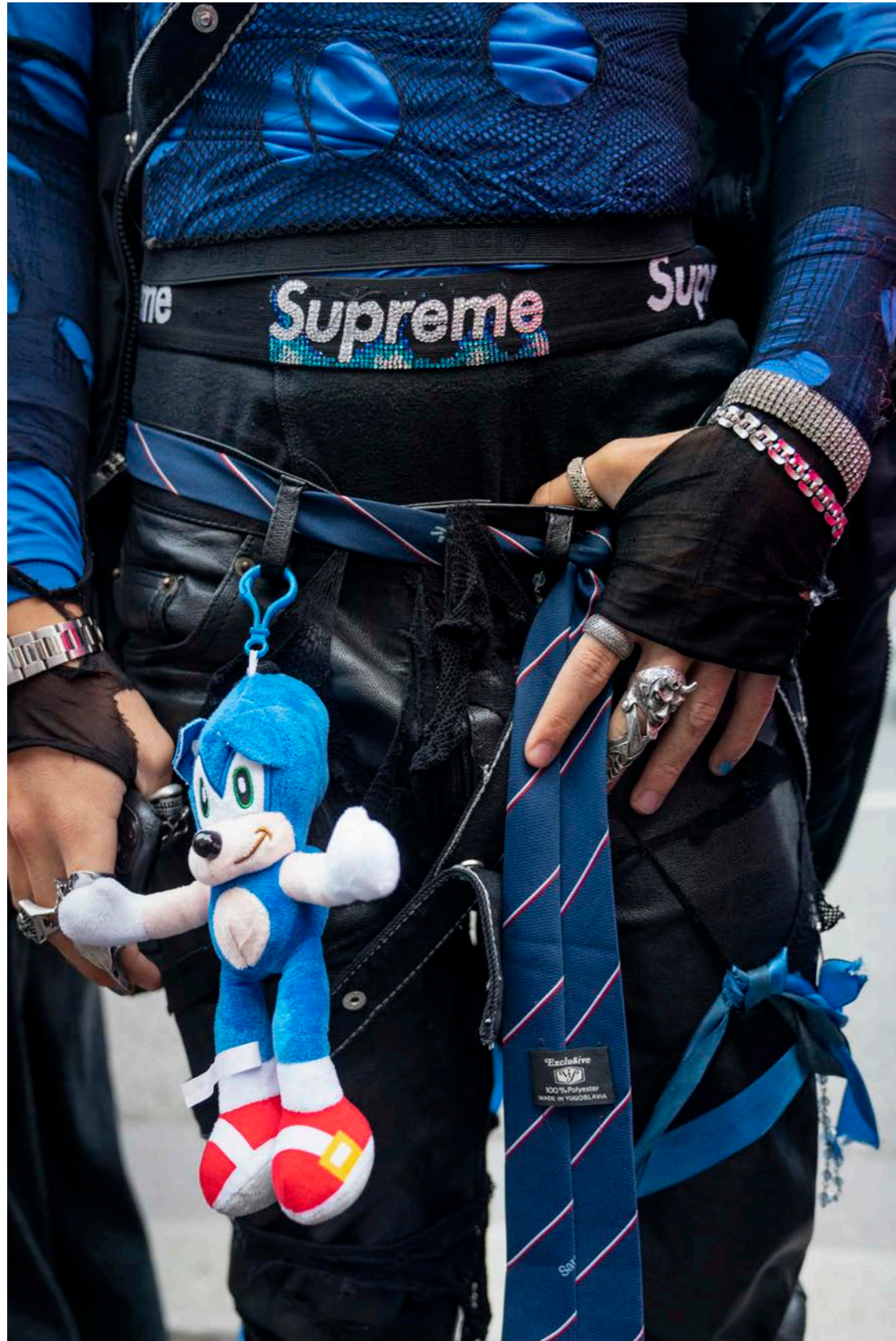
LONDON

2022



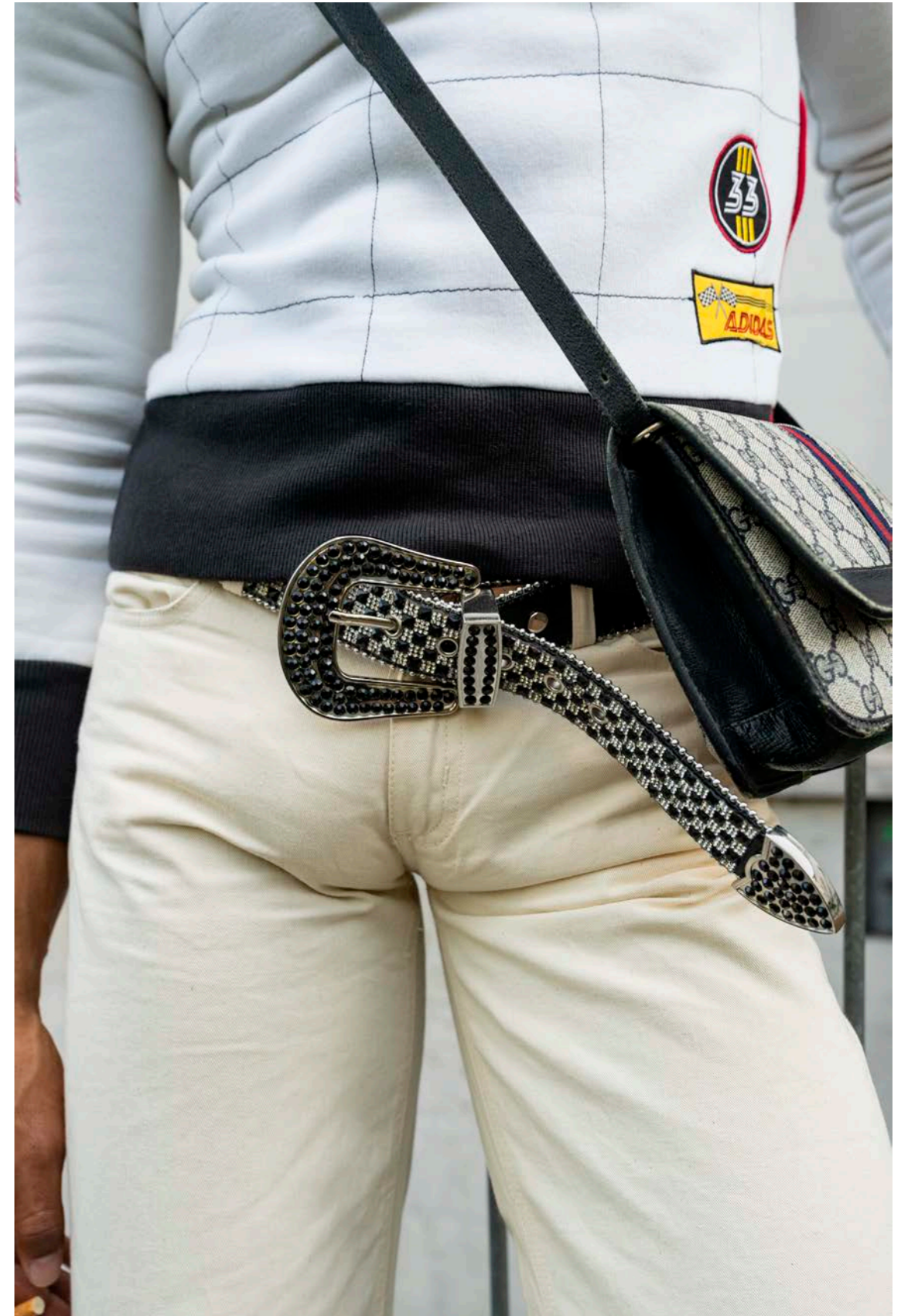
MADRID

2022



PARIS

2022



PARIS

NEW YORK

2022



2022



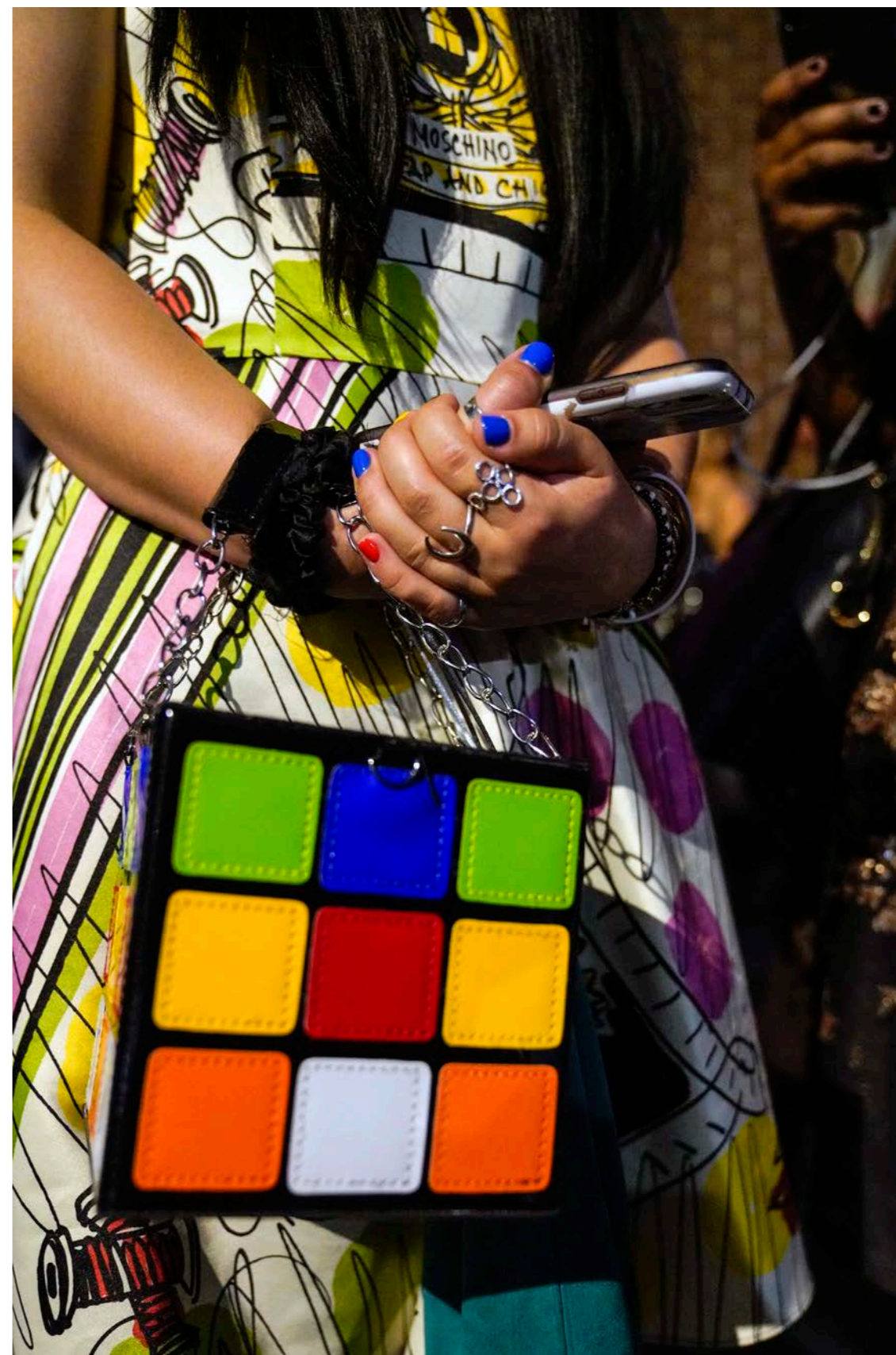
NEW YORK

**2022**



**NEW YORK**

**2022**



**NEW YORK**

2022



NEW YORK

2022



VALÈNCIA

**2023**



**BARCELONA**

**2023**



**BERLIN**

2023



LONDON

2023



LONDON

2023



LONDON

2023



MADRID

2023



MIAMI

2023



MILANO

2023



MILANO

2023



MILANO

2023



MILANO

2023



MILANO

MILANO

2023



2023

MILANO



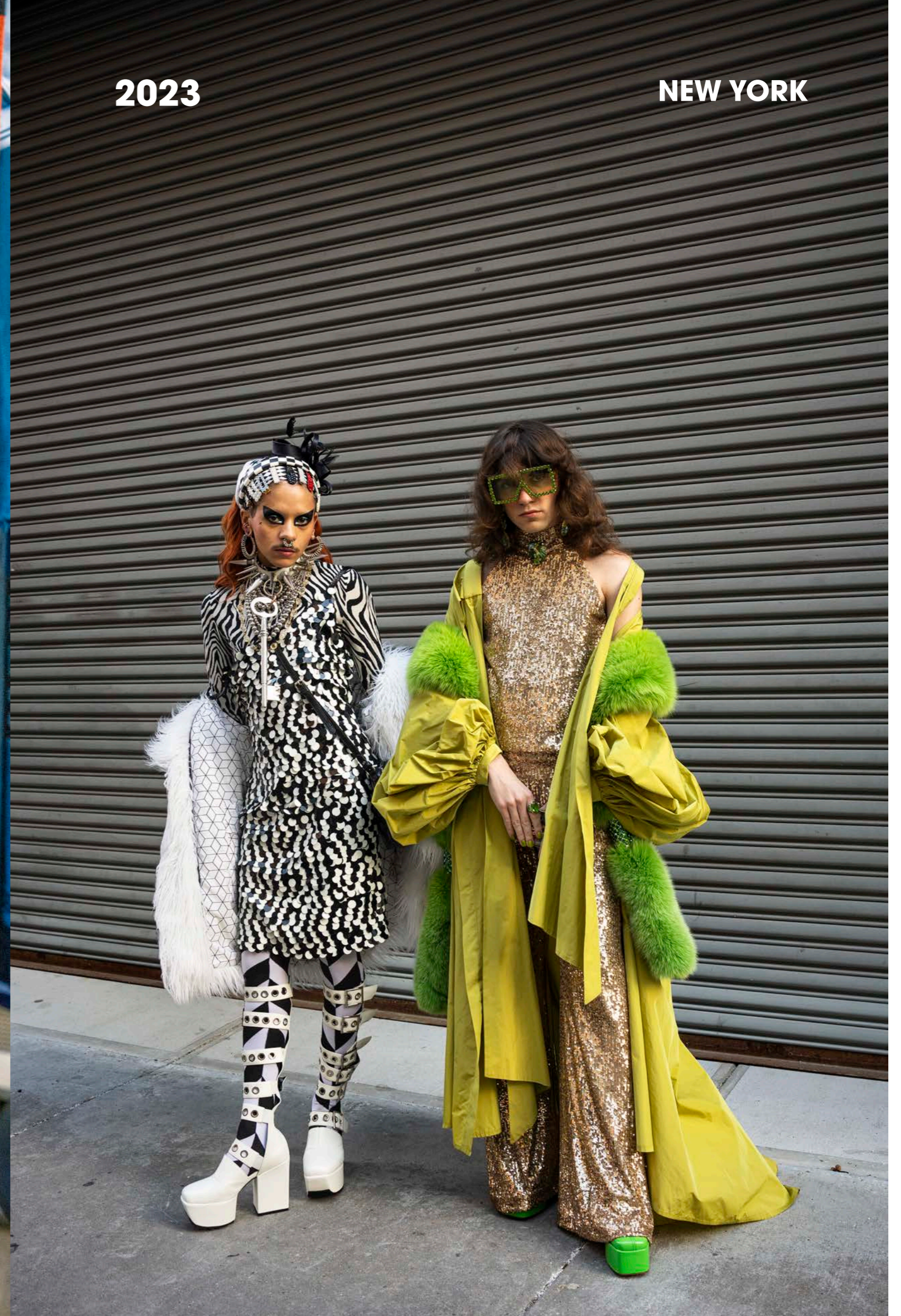
MONTEVIDEO

2023



2023

NEW YORK



2023



NEW YORK

2023



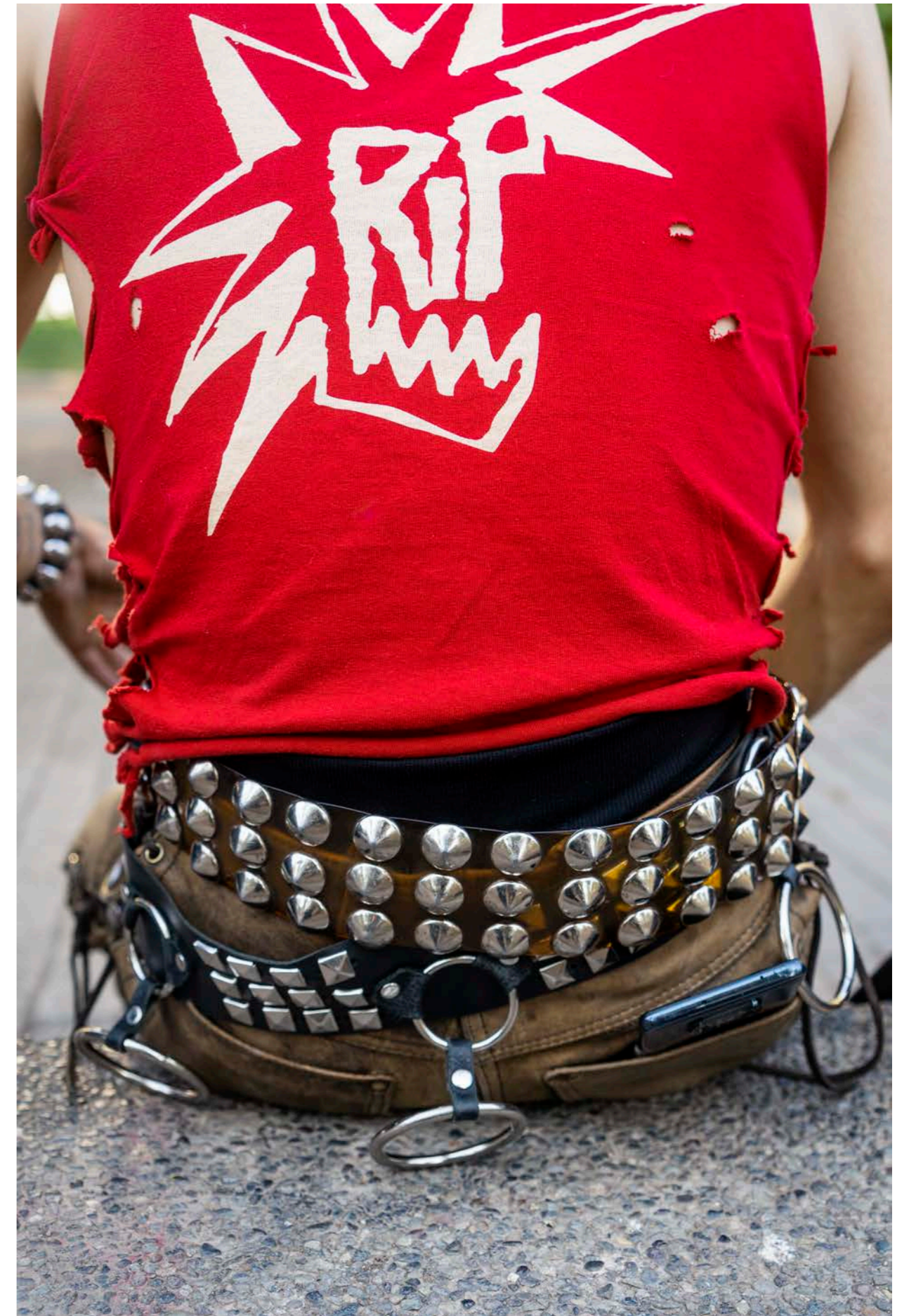
NEW YORK

2023



NEW YORK

2023



SANTIAGO

**2023**



**PARIS**

**2023**



**PARIS**

2023



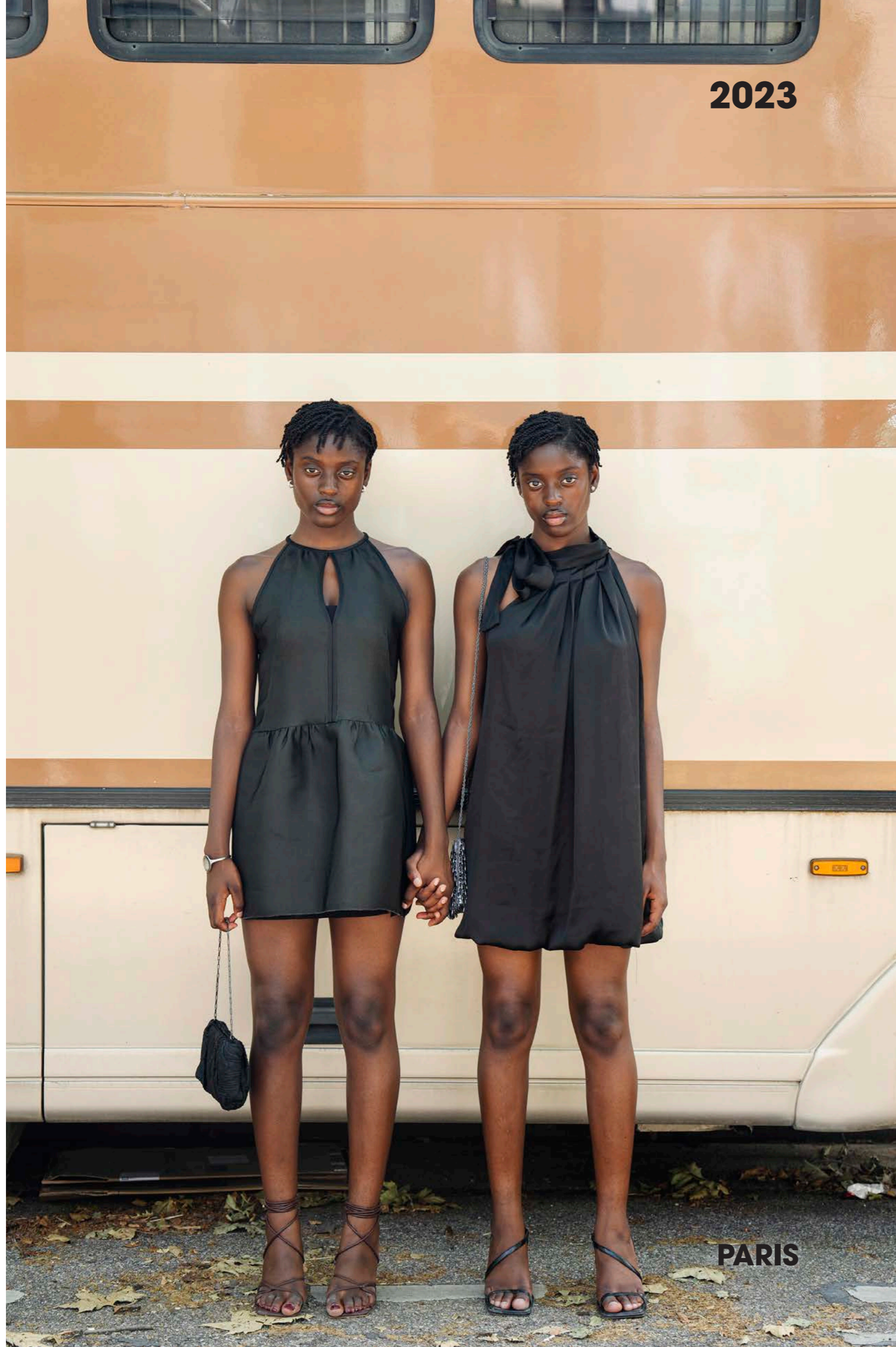
PARIS

2023

PARIS

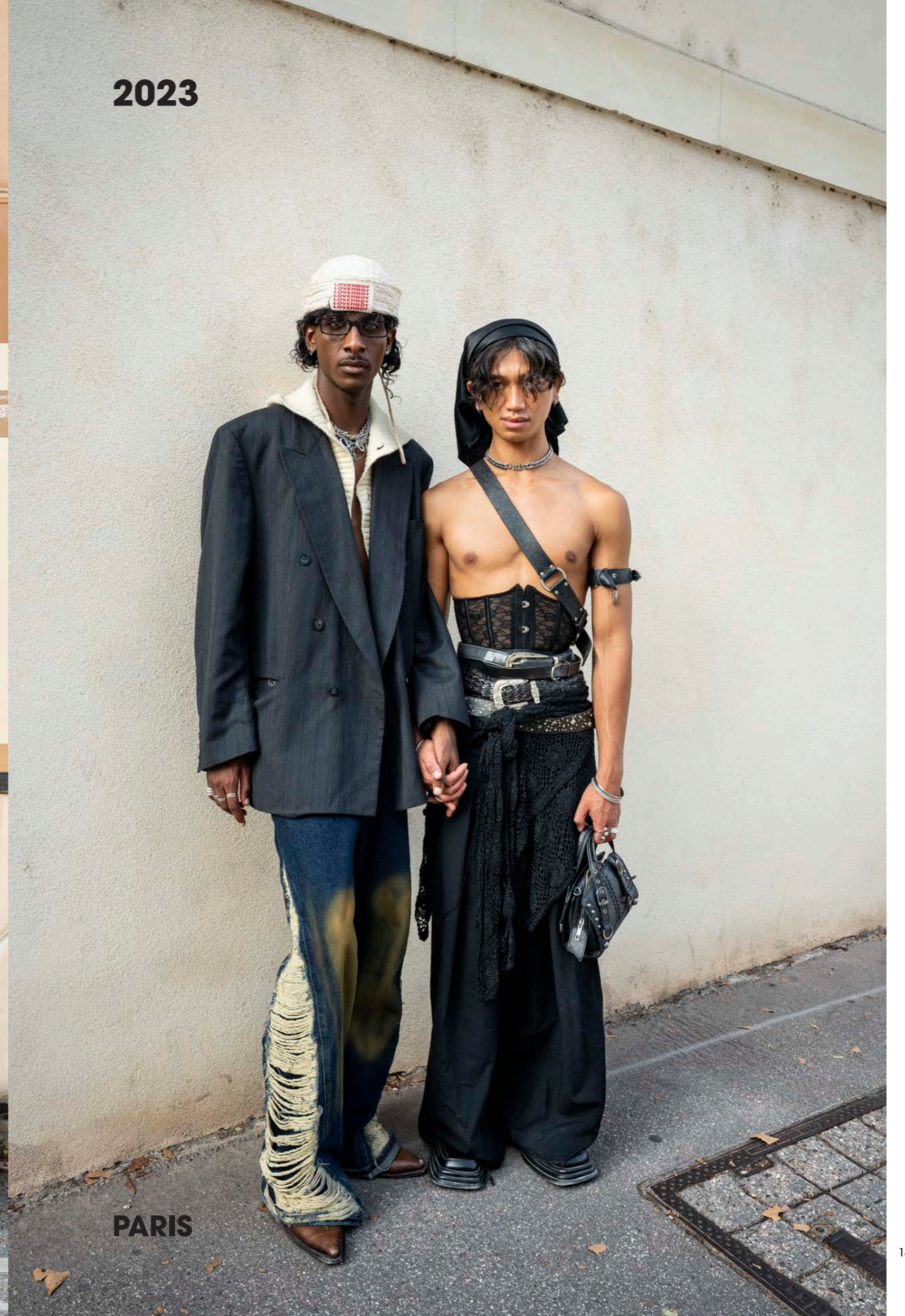


2023



PARIS

2023



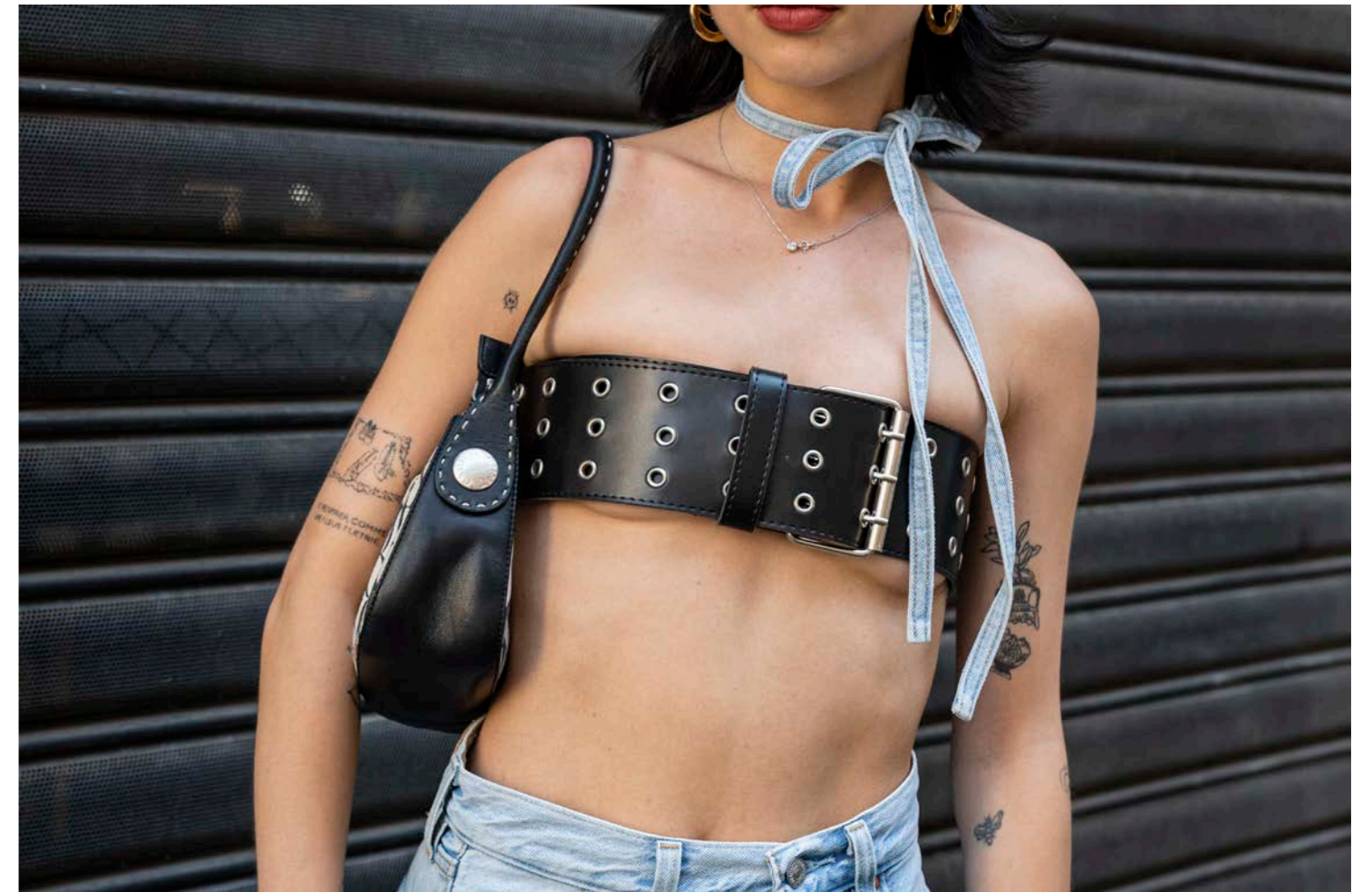
PARIS

**2023**



**PARIS**

**2023**



**PARIS**

2023



PARIS

2023



PUNTA DEL ESTE

2023



SYDNEY

2023



SYDNEY

2024



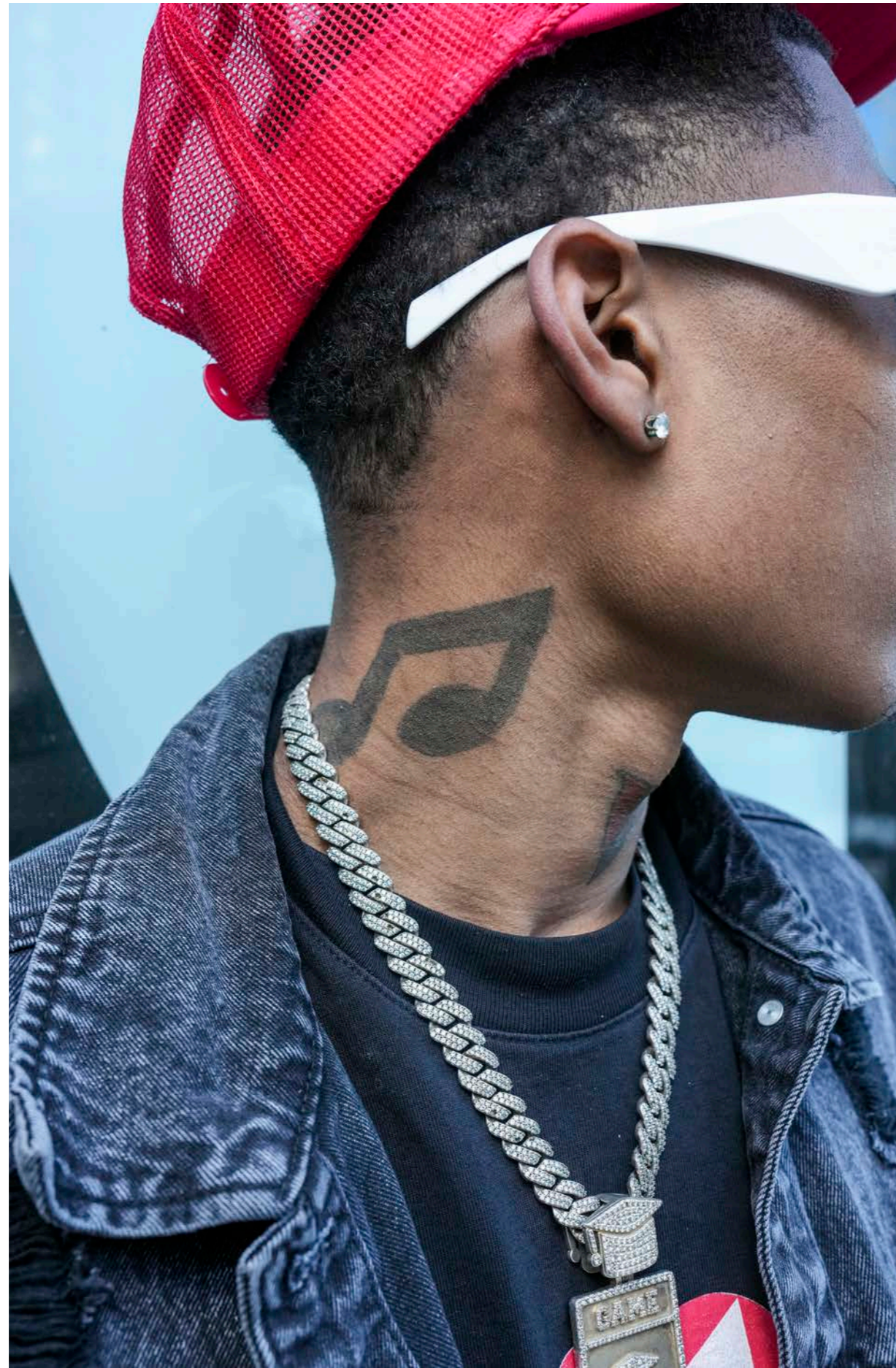
AMSTERDAM

2024



BARCELONA

2024



CHICAGO

2024



COPENHAGEN

**2024**



**COPENHAGEN**

**2024**



**MILANO**

2024



MIAMI

2024



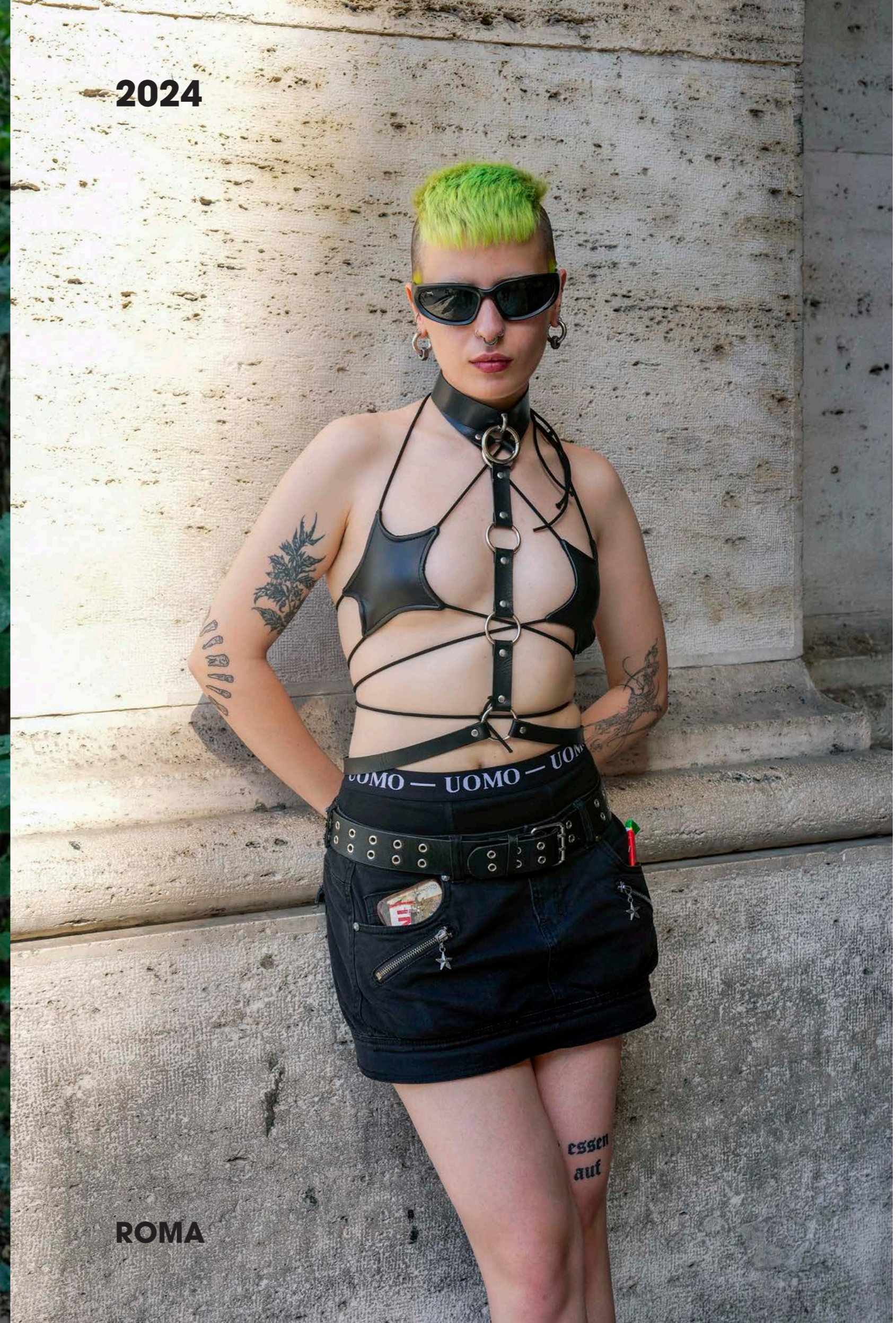
MIAMI

2024



BERLIN

2024



ROMA

2024



BERLIN

2024



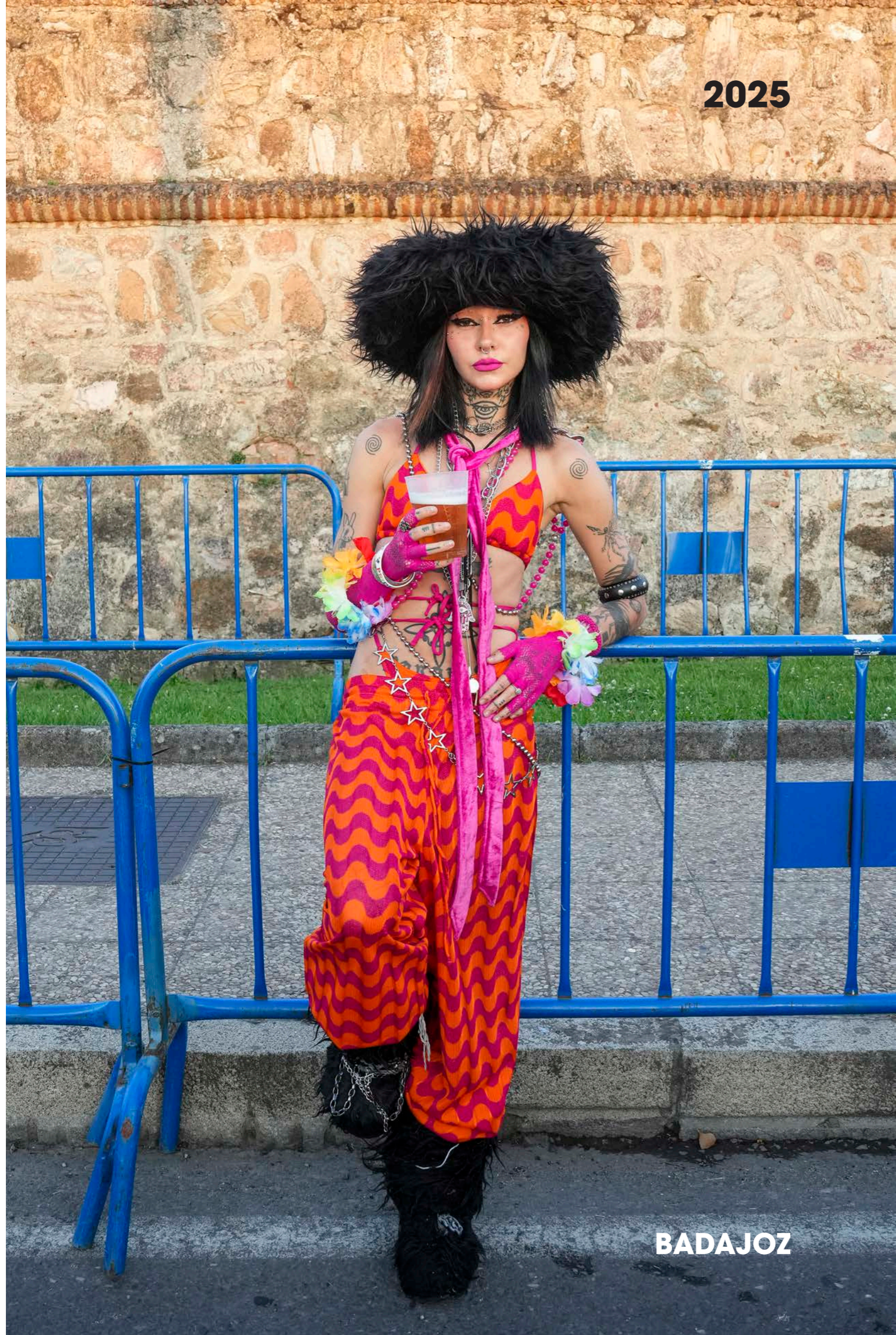
MILANO

2024

BERLIN



2025



BADAJOS

2025



BARCELONA

2025



BERLIN

2025



CAPE TOWN

2025



CHICAGO

2025



KUALA LUMPUR

2025



MANILA

2025



MANILA

2025



MADRID

2025



MILANO

2025



PARIS

2025



SAO PAULO

2025



VIGO

## Biografia

Miguel Trillo va nèixer a Jimena de la Frontera (Cadis) en 1953. Llicenciat en Imatge i en Lingüística Hispànica per la Universitat Complutense de Madrid. Des dels anys 70 ha retratat a joves en entorns musicals. En els 80 convertix als personatges no famosos de la 'Moguda Madrilenya' en el seu objectiu primordial (exposició *Pop Purri* en la galeria Ovidio -1982- i a la sala Amadís -1983- i edició anònima de sis números del fanzine *Rockocó* -1980 a 1984-). La dècada la va acabar Trillo reflectint el relleu generacional en dos treballs publicats en la revista de creació 'Sur Expres': *Los nuevos pijos* (1988) i *Madrid hip hop* (1988).

A l'inici dels 90 realitza per al dominical del diari 'El País' -en companyia de Moncho Alpuente-, un retrat de la joventut espanyola en xicotetes capitals de província. Esta obra l'exposa en la galeria Moriarty (1992), de Madrid, amb el títol *Souvenirs*, editant com a catàleg tires de postals turístiques. En 1993 transforma la galeria El Manantial, de Barcelona, en una botiga de records amb eixes fotos reproduïdes en objectes turístics. Entre 1993 i 2004 va desenvolupar la serie *Geografía Moderna*, un viatge per fronteres lingüístiques o territorials de la Península Ibèrica. Amb els retrats d'estos joves ha editat segells de correus (revista L'Europeu -1997-, galeria H2O, de Barcelona -1999 i 2004-).

*Habaneras* (1999-2001) va ser la seua primera sèrie fora d'Espanya. Va retratar a les seues cases a travestís de l'Havana. Es va exposar en 2005 al Cercle de Belles Arts de Madrid, dins de PhotoEspaña, amb la curadoria del llavors director del festival, Horaci Fernández.

En l'actualitat treballa en dos sèries: *Asia-town*, actituds de la cultura juvenil sorgida en les megaciutats del continent asiàtic. I *Ficciones* un viatge al món del manga, els otakus i els cosplays. De les dos, ja hi ha llibres editats recentment amb motiu de totes dues exposicions, comissariades per Sema d'Acosta.

En 2009 se li va organitzar una retrospectiva, titulada *Identidades*, al Centre Andalús d'Art Contemporani (CAAC) de Sevilla i a la sala d'exposicions Canal d'Isabel II de Madrid, comissariada per José Lebrero. En 2014 va exposar en Tabacalera de Madrid la serie *Afluencias*. *Costa Este*, *Costa Oeste*, una reflexió sobre la similitud estètica de la joventut underground en USA, en un país comunista (Vietnam) i en un país islamista (el Marroc). En 2017 el Centre d'Art 2 de Mayo (CA2M) de Madrid va realitzar un remake de les seues dos primeres exposicions, havent-se editat el llibre-catàleg *Doble Exposición*. En 2019 va exposar en els Rencontres d'Arles. Des de 2011 està inclòs en la col·lecció permanent del Museu Reina Sofia de Madrid.

En 2009 l'Ajuntament de Madrid li va concedir el Premi Kaulak de Fotografia. En 2018 va rebre el Premi de Cultura en la modalitat de Fotografia del Govern Autònom de la Comunitat de Madrid.

La seua obra, entre el document, el concepte i la passió, es troba igualment en importants col·leccions privades.

## Biografía

Miguel Trillo nació en Jimena de la Frontera (Cádiz) en 1953. Licenciado en Imagen y en Lingüística Hispánica por la Universidad Complutense de Madrid. Desde los años 70 ha retratado a jóvenes en entornos musicales. En los 80 convierte a los personajes no famosos de la Moviada Madrileña en su objetivo primordial (exposición *Pop Purri* en la galería Ovidio -1982- y en la sala Amadís -1983- y edición anónima de seis números del fanzine *Rockocó* -1980 a 1984-). Trillo terminó la década reflejando un relevo generacional en dos trabajos publicados en la revista de creación Sur Expres: *Los nuevos pijos* (1988) y *Madrid hip hop* (1988).

Al inicio de los 90 realiza para el dominical del diario El País -en compañía de Moncho Alpuente-, un retrato de la juventud española en pequeñas capitales de provincia. Dicha obra la expone en la galería Moriarty (1992), de Madrid, con el título *Souvenirs*, editando como catálogo tiras de postales turísticas. En 1993 transforma la galería El Manantial, de Barcelona, en una tienda de souvenirs con esas fotos reproducidas en objetos turísticos. Entre 1993 y 2004 desarrolló la serie *Geografía Moderna*, un viaje por fronteras lingüísticas o territoriales de la Península Ibérica. Con los retratos de estos jóvenes ha editado sellos de correos (revista El Europeo -1997-, galería H2O, de Barcelona -1999 y 2004-).

*Habaneras* (1999-2001) fue su primera serie fuera de España. Retrató en sus casas a travestis de La Habana. Se expuso en 2005 en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, dentro de PhotoEspaña, con la curadoría del entonces director del festival, Horacio Fernández.

En la actualidad trabaja en dos series: *Asia-town*, actitudes de la cultura juvenil surgida en las megaciudades del continente asiático. Y *Ficciones*, un viaje al mundo del manga, los otakus y los cosplays. De las dos, ya hay libros editados recientemente con motivo de ambas exposiciones, comisariadas por Sema d'Acosta.

En 2009 se le organizó una retrospectiva, titulada *Identidades*, en el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (CAAC) de Sevilla y en la sala Canal de Isabel II de Madrid, comisariada por José Lebrero. En 2014 expuso en Tabacalera de Madrid la serie *Afluencias*. *Costa Este*, *Costa Oeste*, una reflexión sobre la similitud estètica de la juventud underground en USA, en un país comunista (Vietnam) y en un país islamista (Marruecos). En 2017 el Centro de Arte 2 de Mayo (CA2M) de Madrid realizó un remake de sus dos primeras exposiciones, habiéndose editado el libro-catálogo *Doble Exposición*. En 2019 expuso en los Rencontres d'Arles. Desde 2011 está incluido en la Colección Permanente del Museo Reina Sofia.

En 2009 el Ayuntamiento de Madrid le concedió el Premio Kaulak de Fotografía. En 2018 recibió el Premio de Cultura en la modalidad de Fotografía del Gobierno Autónomo de la Comunidad de Madrid.

Su obra, entre el documento, el concepto y la pasión, se encuentra igualmente en importantes colecciones privadas.



QUADROPHENIA  
DISCO-BAR

GIRLSCHOOL  
100%  
THE CHOICE  
BLABBI  
+ GIRL

CHOC



FUNDACIÓ  
CAIXA CASTELLÓ