

Lola Dopico, en el jurado del Premio Nacional de Moda

La coordinadora del Máster en Diseño y Dirección Creativa en Moda de la UVigo fue elegida por primera vez para una labor como esta por el Ministerio de Cultura

S. FERNÁNDEZ.VIGO
sfernandez@atlantico.net

■ ■ ■ Lola Dopico, coordinadora del Máster en Diseño y Dirección Creativa en Moda de la UVigo, fue recientemente elegida para formar parte del jurado del Premio Nacional de Diseño de Moda, un galardón fomentado por el Ministerio de Cultura y que en los últimos años ha reconocido la labor de diseñadores como Adolfo Domínguez, Ágatha Ruiz de la Prada o Ana Locking.

“No es algo que te esperes”, señalaba Dopico, todavía procesando la noticia, “para mí es un honor, una sorpresa y un reconocimiento a un recorrido laboral como el mío”. Con casi 20 años de experiencia al frente de este máster, sus amplios conocimientos en la formación en el ámbito de la moda fueron una de las principales razones para su designación como miembro de este jurado.

El fallo del jurado se dará a conocer en el mes de junio y acompañarán a Dopico como vocales Ángel Schlessler (ganador del premio en 2022), Helena López del Hierro (directora del Museo del traje), Andrés Ruiz (crítico cultural), Inés



Lola Dopico lleva casi 20 años al frente del Máster en Diseño y Dirección Creativa en Moda de la UVigo.

Lorenzo ('head of content' de Vogue España), Alfonso Ohnur (fotógrafo) y Pepa Bueno (directora ejecutiva de la Asociación de Creadores de Moda de España).

La docente e investigadora de la UVigo destaca el buen momento de la moda gallega: “Después

de haber pasado la crisis, está en un momento equiparable al resto del país”. Comenta, en especial, las marcas que emergen “que están buscando modelos de negocio nuevo bajo demanda”.

Pero, por encima de todo, Dopico reivindica el talento galle-

go: “Hay muchísima gente extraordinariamente informada, creativa y con un conocimiento y una vocación internacional. Tenemos gente que se ha formado aquí con nosotros y que hoy en día está trabajando en marcas multinacionales”.