

Andrea Cheong: a fashion educator promoting responsible shopping

Andrea Cheong, uma autodenominada "educadora de moda" de 32 anos de idade de Londres do norte, analisa roupas, acessórios e sapatos com um olhar implacável para o custo, qualidade, construção e materiais. Seus {sp}s são assistíveis e informativos, educando os espectadores sobre o que esperar de suas roupas e como identificar indicadores de qualidade ruim. Com um ethos de "não podemos continuar com estilo sobre substância", Cheong espera incentivar as pessoas a fazer compras mais responsáveis e minimizar seu impacto no planeta.

A educadora de moda com um olhar crítico

Cheong não se vê como ativista pela sustentabilidade. Em vez disso, ela quer encorajar as pessoas a fazer compras mais responsáveis e minimizar seu impacto no planeta. Ela não é uma purista e acredita que vergonha não é uma ferramenta eficaz de mudança. Ela caiu na influência da moda depois de trabalhar varejo e moda no final dos anos 20 e se sentiu miserável com "a cultura. A ideia toda de tirar vantagem de pessoas criativas."

Após sofrer uma crise de saúde mental em 2024, Cheong parou de fazer influência e se concentrou em coisas que "alimentam minha alma, vez de alimentar meu ego". Ela fez trabalho de consultoria para marcas e internou na British Vogue como escritora. Em 2024, um artigo que ela escreveu para a revista sobre o movimento Stop Asian Hate foi lido por um funcionário do TikTok, que a perguntou se ela consideraria postar {sp}s na plataforma. "Pensei: 'Não tenho nada a perder.'" Seus {sp}s rapidamente se tornaram virais, fazendo-a acreditar: "Talvez eu tenha algo aqui ... isso é como a jornada do TikTok começou."

Conhecimento impressionante sobre design e construção de roupas

Cheong é autodidata em design e construção de roupas, mas seu conhecimento é impressionante. Ela fala com fábricas, marcas e designers para entender as expectativas e praticidade de criar itens diferentes, pontos de preço, com construção ideal e materiais apropriados. Ela entende o comportamento do consumidor, psicologia e como os varejistas usam emoção para vender roupas que não precisam.

Um ódio de Cheong é o uso de tecidos sintéticos em itens que não precisam deles. "Decisão comercial", diz Cheong. Roupas, acredita Cheong, devem ser cuidadas: quando você compra um item, você assume a responsabilidade por ele, e isso se estende à sua manutenção.

Verificando a qualidade das roupas no high street

Cheong ainda faz parcerias comerciais com marcas e acaba de lançar um podcast com a Kering, que possui Gucci, Balenciaga e Bottega Veneta, entre outros. Mas ela é adiante de que ela revisaria itens de qualquer uma dessas marcas sem medo ou favor. Quando ameaço levá-la a Gucci para dar uma volta em uma blusa, ela está mais que disposta.

Para todos os seus esforços críticos em uma indústria conhecida por sua exploração e abuso - trabalhadores de roupa subpagos, markups exorbitantes, PRs chamando de favores, modelos enjoadas - Cheong quer enfatizar que a moda é, e permanece, seu primeiro amor.

Se você tem 25 anos ou menos e é da Irlanda, entre contato conosco para saber se foi algo que fez nos últimos anos como a experiência. Onde o senhor trabalhou? Muitos amigos fizeram isso! Você tem noção, talvez de irmãos mais velhos ou parentes idosos se trabalhar no exterior mudou nos últimos anos – há oportunidades sazonais destinos turísticos?
Compartilhe sua experiência

Informações do documento:

Autor: jandlglass.org

Assunto: free bet casas de apostas

Palavras-chave: **free bet casas de apostas - jandlglass.org**

Data de lançamento de: 2024-12-02