

Ara ja fa setze anys que la Brenda Franks, d'origen anglès, viu a Catalunya, quatre que és la responsable d'una empresa, CMB Image Consultants, d'assessorament d'imatge a Barcelona, i cal afegir, en aquest sentit, que la nostra protagonista s'ha preparat a fons per desenvolupar la seva feina. Al seu país, aquesta dona va cursar estudis dins l'Escola Superior Comercial de Londres, també va seguir cursos de comunicació i altres matèries, i un cop a la nostra terra ha assistit a diversos cursos de l'Escola Industrial de la capital catalana, destinats a dones empresàries. I no se'n cansa: **"Estudio continuament."**

La Brenda recorda perfectament el que li van comentar quan encara estava a Londres, treballant com a ajudant de direcció en diverses empreses, entre elles una casa discogràfica: **"Em van preguntar perquè feia de secretària, si podia estar ocupant un lloc de més responsabilitat."** A partir d'aquell moment, la nostra interlocutora va començar a replantejar-se la seva situació laboral: **"Va despertar en mi la il·lusió per fer coses més grans, tot i que he tardat molt a descobrir el que realment volia fer."**

Les seves experiències posteriors, al nostre país, la van ajudar molt a trobar el seu camí. Va passar nou mesos a la Vila Olímpica, treballant per al Comitè Olímpic Internacional. La seva feina consistia a preparar els procediments administratius dels Jocs de Barcelona '92. Al llarg dels d'Atlanta, el 1988, va estar al càrrec de l'oficina d'observadors d'aquest esdeveniment, a Montjuïc, i també proporcionava informació turística sobre les Olimpíades que havia d'acollir la ciutat catalana. El record que té d'aquestes experiències no pot ser més emotiu: **"Van ser els anys més feliços de la meua vida. Em vaig adonar de la importància de projectar la millor imatge possible de Barcelona."**

Passant a parlar de l'empresa de la nostra protagonista, val a dir que, per a aquesta dona, el major repte el va representar el fet d'introduir al nostre país una activitat que resulta encara bastant desconeguda. Aquesta circumstància li va dictar els passos a seguir: **"Primer em vaig haver de moure en els àmbits internacionals, on ja entenen la importància de la imatge dins de l'empresa."** Malgrat aquest desconeixement, la Brenda té molt clara la importància del producte que ven als empresaris: **"Com que hi ha molta competència, cal aprofitar totes les armes que tenim al nostre abast. La bona presència dels representants d'una firma dona una idea d'èxit i credibilitat."**

Amb aquests objectius tan ben definits, CMB Image Consultants treballa des del comportament fins el maquillatge, o el nus de la corbata dels treballadors d'una empresa: **"La finalitat és que cadascú descobreixi els punts de la seva aparença que pot millorar, a fi i efecte de projectar una imatge que estigui més d'acord amb l'empresa."** Així, els seus clients són les empreses, i per tal d'il·lustrar millor la seva activitat, la Brenda ens posa un exemple d'un dels últims serveis que ha prestat: **"Es tractava d'un equip de set homes, pertanyent a una agència d'assegurances, i aquesta agència buscava un reconeixement dels seus esforços. Els vaig preparar un cursat d'un dia perquè tots set traguessin partit de la seva imatge professional."**

S'ha de destacar que els recursos didàctics d'aquesta dona, a l'hora d'arribar als seus clients, són inesgotables: **"Vam començar amb unes diapositives, també els vaig passar fragments de pel·lícules i alguns retalls de roba, perquè n'apreciessin les diferències. Finalment, els vaig lliurar un test on cadascun d'ells havia de valorar les qualitats professionals de la resta de membres de l'equip."**

CMB Image Consultants, d'altra banda, també treballa amb polítics, i la seva responsable es mostra encantada d'una feina que va realitzar no fa gaire, per a un grup d'alcaldes: **"Els vaig mostrar un vídeo d'una reunió que havien mantingut entre ells i van restar fascinats, perquè els parlava de coses en què mai no havien pensat. I és que no és només el contingut del que dius el que importa, sinó també com ho dius."** Aquesta manera de dir les coses es veu influïda per una cosa en aparença tan banal com el color del vestit, i la Brenda ens fa ara cinc cèntims sobre un tema que considera fonamental, a l'hora de vendre imatge: **"Per donar una imatge d'energia, és aconsellable vestir vermell; el negre, en canvi, resulta un color massa fort, per apropar-se a la gent."**

Això no obstant, i com és de suposar, el color no escau de la mateixa manera a un home que a una dona. En opinió d'aquesta professional, hi ha dos vestits que no haurien de faltar a l'armari d'un home de negocis, un de color gris carbó i l'altre blau marí. D'altra banda, opina que la corbata és un complement d'una importància cabdal, en la imatge d'un home: **"Cal que siguin de colors vius, perquè és l'única manera que té l'home de testimoniar la seva personalitat."** En general, l'empresària es mostra satisfeta de l'acceptació que els seus consells acostumen a tenir entre el públic masculí: **"Saben que vinc d'una empresa líder en el món de la imatge, i em respecten molt."**

Pel que fa a la dona de negocis, que tindria més possibilitats de variar la seva indumentària, la Brenda lamenta que, en general, es mostri molt conservadora, a l'hora de vestir: **"Solen quedar-se en els tons marrons, blau marí i negre. No s'adonen que hi ha tota una riquesa de colors que els quedarien igualment bé."** Aquesta tendència es deixa entreveure en altres punts, com ara el pentinat: **"És una llàstima que se cenyeixin als més clàssics, tenint en compte que en aquest país existeixen uns creatius fantàstics en els quals cal confiar."**

Malgrat el que ens marquen les tendències, però, l'empresària insisteix en la necessitat que cadascú no deixi de ser mai un mateix: **"Es tracta de sentir-nos més còmodes dins de la nostra pell, de tenir més autoestima per trobar-nos millor en el món laboral. Cal que cadascú es conegui una mica millor, i d'aquesta manera entendre què és el que ens correspon, sense convertir-nos en esclaus de la moda."** És aquesta confiança en un mateix la que irradia aquesta dona, transparent i afable, i és que per ensenyar als clients com captivar el públic, primer cal ser capaç de captivar els clients, tal com la Brenda fa a CMB Image Consultants i ha fet aquí, amb nosaltres.



Brenda Franks - Barcelona (el Barcelonès)