

BIOGRAFÍA

Una biografía es la forma más rápida y directa de comunicar los aspectos básicos sobre tu persona: qué haces, a qué te dedicas y en qué destacas, y es el pilar de cualquier búsqueda de empleo, perfil o networking en general.

Diez pasos para escribir una biografía:

1. Lo bueno, si breve, dos veces bueno.

Si te pierdes en los abismos de la retórica, más vale que tu lector potencial sea un filólogo, de lo contrario a la tercera línea ya estará a la busca y captura de algo que encuentre más atractivo. En poco espacio se han de ver claramente los puntos claves de la biografía, lo que nos lleva al siguiente paso.

2. Primero, el bombazo. Luego todo lo demás.

La mejor forma de escribir una biografía que sea útil para diferentes medios tanto online como offline es el empezar con una frase clave que defina claramente a la persona o entidad que se quiera describir. Y luego, el resto de la información.

Esta es una práctica muy común dentro de la escritura para prensa: se escribe lo más importante al principio y se va de más a menos, de esta forma puedes acortar o alargar el texto en función del espacio disponible sin dejarte nada importante, ya que puedes encontrarte con grandes diferencias de longitud dentro de los cientos de perfiles online que tiene cualquier internauta que pase suficiente tiempo en la red: desde los 140 caracteres de twitter hasta el "about" de tu web, en la que puedes alargarte hasta donde te llegue el body (chiste para diseñadores web), o hasta conseguir que tu texto sea tan pesado que haga palidecer a James Joyce.

3. Escribe en tercera persona

Cuando se escribe en tercera persona se da un toque de objetividad que da más impresión de veracidad que un texto en primera persona, siempre suena más interesante y da la impresión de humildad el hecho de que sea otra persona la que cuente las magnificencias de tu trabajo y ensalce tus cualidades aunque, en el fondo, eres tú mismo el que escribe el texto que debería estar redactando tu abuela.

4. Empieza con tu nombre

¿De quién estamos hablando aquí? De tí, por supuesto, así que es importante que esto quede bien claro desde el primer momento. Puesto que ya hemos partido de la premisa anterior de la escritura en tercera persona, y recordando las clases de primaria en las que hablábamos de sujeto y predicado, se empieza con el sujeto y se explica qué tiene de especial.

John Doe es un empresario de la panadería con más de 10 años de experiencia en el sector.

Como si estuvieras presentado a una persona: primero dices su nombre y luego empiezas con los cumplidos.

5. Expón cuál es tu oficio y logros.

No olvidemos que, en nivel de importancia, primero está el "Quién" y luego el "Qué hace". Es una brillante idea el mezclar el "Qué hace" con la parte de los cumplidos, haciendo especial hincapié en los logros conseguidos.

John Doe es un empresario de la panadería con más de 10 años de experiencia en el sector, que hizo crecer el volumen de su negocio un 300% en el año 2014.

Potenciar tus cualidades en palabras concisas y directas conseguirá captar la atención del lector durante suficiente tiempo como para que comprenda el "Quién" y el "Qué" y quiera

leer un poco más sobre este genio de los negocios llamado John Doe.

6. Hazlo humano, con un toque de personalidad.

Ahora ya has conseguido captar la atención del lector. ¿Y ahora, qué?

Simple: John Doe puede ser un genio de las finanzas, pero para ser considerado para ocupar una vacante, los conocimientos no son nada si no sabe encajar dentro de un grupo de trabajo y conectar con sus compañeros o con la filosofía de la empresa.

Para tener un robot, ya hay ordenadores. Hasta hablan contigo.

Tu biografía ha de demostrar que eres un ser de carne y hueso, con el que se puede mantener una conversación frente a la máquina de café y, más importante aún, con suficiente empatía como para asimilar el funcionamiento a nivel interno de una empresa y encajar dentro del gran engranaje.

En sus ratos libres, John adora la literatura inglesa y los cuentos sobre unicornios.

No es necesario que expliques demasiados detalles sobre tu vida privada, eso no le interesa a nadie, tan sólo un simple toque humanizante que te ponga de pies en el suelo.

7. Explica qué te hace especial, y demuestra que lo eres.

Un punto inesperado con cierto sentido del humor siempre es un gran gancho.

Neil Gaiman ha llegado de alguna manera a los cuarenta, y sigue pareciendo que necesita un corte de pelo. (extracto real de la biografía del gran escritor británico Neil Gaiman, ¿quién mejor para aprender que de uno de los mejores?).

Un pequeño paso para el punchline, un gran paso para tu imagen online.

8. Pon detalles de contacto

Supongamos que has conseguido exponer en pocas líneas una esencia de tu persona que ha cautivado completamente a una jauría de head hunters ansiosos de personal en línea con tu perfil.

Supongamos que quieren hablar contigo para seguir comentando tus logros.

Parece una estupidez que cae de cajón, pero es un error bastante común el olvidar poner datos de contacto que acompañen la biografía, así que **NO LO OLVIDES**.

9. Relee y reescribe

¿Recuerdas aquella vez que, tras tres o cuatro copas de más, tuviste una idea tan brillante que no entendías cómo no la habías concebido antes y, tras la resaca, viste que era la peor idea del mundo?

Es una exageración, pero en esencia es real como la vida misma: las ideas de impulso no son siempre las más buenas, de hecho puede que no lleguen ni a ser mediocres, pero cuando se nos acaba de ocurrir y, siendo una novedad, nos parecen increíbles.

Para y reflexiona.

Deja pasar un par de días antes de volverte a leer el texto que has creado para que te defina como persona, y comprueba que estás de acuerdo contigo mismo, y si no lo estás, no seas perezoso y dales las vueltas que necesita hasta que lo estés.

10. Identifica tu público

Aunque esta parezca una tarea simple, como en cualquier publicidad (ya que, en el fondo, la biografía no tiene más que una función publicitaria dentro de tu marca personal), la fase más importante es la de reconocer a tu target y enviar un mensaje que vaya en sintonía con ellos.

Curioso que una de las partes más importantes la haya puesto casi al final.

Podría ser muy probable que, aunque tengas un esquema de biografía básico adaptable a cualquier medio, quieras tener diferentes versiones para diferentes tipos de público: más formales, informales, amigos, parientes, partners, futuros jefes... a cada cual se le ha de comunicar el mensaje de una forma muy concreta y en su idioma y las formalidades propias de su jerga.