

Simone Fojgiel

## De voz emprendedora

Por Alejandra Bretón  
Foto Pablo Porciúncula

Simone Fojgiel no pasa desapercibida. Su parecido a la cantante estadounidense Cher y su fuerte personalidad no dejan a nadie indiferente. Pero es su voz la que se ha convertido en su sello distintivo. Fojgiel se ha ganado un nombre en el medio radial uruguayo, después de trece años detrás del micrófono. Hoy despliega su talento desde los Estados Unidos en el campo de la locución comercial para el mercado hispano. En una de sus escapadas a Uruguay, se refirió al papel de los comunicadores, al teletrabajo y al emprendedurismo, entre otros temas.

Fojgiel ha sido pionera en el ejercicio de la locución fuera de fronteras y ha experimentado formas innovadoras de ejercer su vocación. Su mercado es el mundo, especialmente el segmento hispanoparlante de los Estados Unidos. Trabaja para marcas globales y vende sus servicios a través de Internet. Descubrió que hay todo un mercado allá afuera y que la tecnología es una gran aliada.

El camino que la llevó hasta allí comenzó hace años en Uruguay, de la mano de la música y de la radio.

### Música y radio

Cuenta que con apenas cuatro años aprendió a tocar el piano de oído, observando a sus hermanas. Recuerda divertida que cuando niña llegaba de la escuela y se encerraba a cantar y bailar. Ya entrada la adolescencia, practicaba presentando los temas con el cepillo de pelo, a modo de micrófono al frente del espejo, e improvisaba avisos publicitarios. Su gusto por la música de los setenta

*Simone Fojgiel does not go by unnoticed. Her resemblance with American singer Cher and her strong personality leave no one indifferent. However, it is her voice that has become her distinctive trademark. Fojgiel has earned a name for herself in Uruguayan radio, after thirteen years behind the microphone. Today, she shows her talent from the United States, in the field of commercial radio broadcasting for the hispanic market. In one of her travels to Uruguay, she talked about the role of communicators, teleworking and entrepreneurship, among other topics.*

proviene sin duda de esos años. **“Siempre tuve una gran debilidad por la radio y por la música. No nací con un piano abajo del brazo porque, bueno, el piano es muy grande”**, declara y se le escapa una de sus típicas carcajadas.

En 1989 ingresó a la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Católica del Uruguay (UCU). La crisis vocacional apareció casi desde el principio, lo que la llevó a tomarse un año sabático. Las dudas se concentraban en si había o no un espacio para ella en el ámbito de la comunicación. **“Creo que tenía una visión un poco primitiva del alcance que podía tener la carrera y de cómo yo me podía insertar en toda esa melange de posibilidades que tenía la comunicación social por ese entonces”**.

Paralelamente, su interés por la música aumentaba y en 1991 compuso una canción para el programa *La mañana del sol*, llevado adelante por la actriz y conductora Ana



Rosa en FM 99.5 Emisora del Sol, una radio que en los noventa se caracterizaba por emitir exclusivamente música en inglés. “Me invadió la musa de la inspiración y le escribí una canción a su programa porque me fascinaba la música, me encantaba su estilo de conducción, me encantaba la radio en sí”.

Fojgiel escribió la letra y la música del tema, realizó los arreglos y la grabó en un estudio profesional. Llevó el casete a la radio con la idea de regalarlo, sin embargo el director de la emisora insistió en comprarle los derechos. El tema se titulaba *Compartiendo el sol*,<sup>1</sup> y el programa lo utilizó como cortina oficial durante años. Ese acercamien-

to provocó un ofrecimiento de trabajo, algo que no se concretó realmente. “Hice diez mil pilotos, nunca pasó nada, pero siempre me quedó ese nervio de querer conducir en radio”. Pero la oportunidad llegó al año siguiente al volver a la Universidad.

#### **Un océano de oportunidades**

Gustavo Rey, docente de la UCU, apadrinó su debut en radio. A partir de un ejercicio de clase, presentó a Simone para la selección de voces de un nuevo proyecto radial, sin que ella lo supiera. “Me acuerdo hasta el día de hoy del cuestionario con todas las preguntas preelaboradas. Nosotros teníamos que grabarnos respondiendo de la

1::  
«<http://audioboo.fm/boos/329785-simone-fojgiel-compartiendo-el-sol-tema-oficial-de-la-manana-del-sol-fm-del-sol-99-5>».

Simone Fojgiel:: (Montevideo, 1969) es egresada de la Licenciatura en Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay. Trabajó durante trece años en Océano FM y durante dos años en Radio Sarandí como conductora de diferentes programas. Es locutora y fundadora de la Asociación de Locutores Profesionales del Uruguay. Actualmente trabaja en locución profesional de forma independiente desde los Estados Unidos para el mercado hispano. «<http://www.simonevoice.com>».

manera más natural y espontánea. Y al final teníamos que presentar una canción. Yo elegí el tema *Secret* de OMD,<sup>2</sup> que es un clásico del 85, un temazo. Ahora lo escucho y lo sigo asociando a esa situación”. Simone recuerda a la perfección el momento en que recibió la gran noticia. Estaba en clase y Rey interrumpió para que ella saliera. Le dijo: “Mostré tu trabajo a Alejandro Weinstein<sup>3</sup> y a Pablo Lecueder.<sup>4</sup> Quieren conocerte, están haciendo una radio nueva”. “Casi me desmayo. Y bueno, me pasé como cuatro meses haciendo pilotos. El que me grababa era Daniel Echegorry, actual profesor de la UCU”.

Esa nueva emisora se llamaría Océano y trabajaría allí por 13 años. “Empecé haciendo *Jack el despertador* con Petinatti<sup>5</sup> durante un año y medio. Después pasé al fin de semana y luego surgió *Rumbo a las estrellas* como un programa híbrido de verano que terminó quedando en la programación”.

Su carrera en aquella radio tuvo un breve paréntesis –entre 1994 y 1995– durante el cual trabajó en Radio Sarandí. El ciclo en Océano se cerró en 2005, aunque para Simone seguirá siendo su casa. Cada vez que viene a Uruguay visita la radio, e incluso tuvo carta blanca para conducir la previa de la famosa Noche de la Nostalgia<sup>6</sup> en el 2012.

Motivos personales y profesionales coincidieron para que Simone decidiera dar un golpe de timón a su vida. “Océano estaba pasando por un momento de fuertes transiciones, apostando a una programación diferente. Yo sentía que *Rumbo a las estrellas*, si bien era una marca fuerte dentro de la propuesta, se estaba convirtiendo en un programa cada vez más sepia, y yo no quería volverme sepia con el programa y tampoco quería que la propuesta envejeciera. Entonces, traté de buscar la forma de reinventarme a mí misma”.

Paralelamente, había conocido a su actual marido, un uruguayo que vivía en Estados Unidos y que era su oyente.

Después de un noviazgo de tres años, con varias millas de avión acumuladas, decidieron casarse e instalarse en el norte. Primero fue en Milwaukee, Wisconsin, y actualmente en Tampa, Florida. “Había llegado el momento de hacer un cambio en mi carrera. Sentía que vivíamos en un mundo cada vez más pequeño, y por ende de mayores posibilidades, y que la tecnología permitía que uno pudiera desarrollar sus aptitudes profesionales con otro vuelo. Sentía que en Estados Unidos había un mercado súper interesante por explorar, con una cabeza muy abierta. El teletrabajo en Estados Unidos ya era fuerte. Existía una demanda de locutores con un español puro, como que todas las piezas empezaron a encajar y no quise dejar pasar de largo la oportunidad”.

### Con el micrófono bajo el brazo

Claro que emprender vuelo no fue una decisión rápida. Mientras la posibilidad de emigrar iba afianzándose, aún no tenía claro cómo desarrollar su profesión fuera de fronteras. Un día recibió un correo en su casilla: “esos mensajes mágicos que te transforman la vida”. Una oyente con la cual había trabado amistad –ingeniera en telecomunicaciones y que había emigrado a Suiza– le envió el enlace a una página web con la frase: “Este es tu futuro”. Se trataba de un banco de voces en Internet. “Empecé a investigar de qué se trataba y concluí que, efectivamente, ahí estaba mi futuro”.

Durante su último año de trabajo en Océano, desarrolló la investigación de mercado, entendió cómo funcionaban los bancos de voces, qué tipo de demos había que subir y hasta cómo cobrar desde Uruguay. “Volvía del trabajo en la radio y me quedaba hasta las cuatro, cinco de la mañana”.

Entre otras cosas, tuvo que resolver el cobro de sus servicios. PayPal en esos tiempos solamente aceptaba pagos de Uruguay a Estados Unidos pero no recibía pagos de Estados Unidos a Uruguay. Me tuve que abrir

2:: Orchestral Manoeuvres in the Dark.

3:: Gerente comercial de Océano FM.

4:: Director de Océano FM.

5:: Conductor radial (nombre artístico).

6:: Es la noche del 24 de agosto en Uruguay, en la que se realizan fiestas donde predomina la música de las décadas del sesenta, setenta y ochenta.

una cuenta en Estados Unidos como no residente, en uno de los viajes”. También realizó un curso de español neutro. “Tres clases, que me salieron quinientos pesos: la mejor inversión de mi vida”. Pero sin duda el manejo fluido del inglés fue determinante. “Si no sabés inglés, perdés. Me abrió muchas puertas”.

### Un mundo ahí afuera

El siguiente paso de Fojgiel apuntó a captar clientes. “Me sentía capacitada para ofrecer dos servicios –traducción y locución– en uno solo. Eso abarata los costos y le facilita la vida a cada empresa porque concentran en una sola persona dos responsabilidades”.

Desarrollar un sitio en la red para promocionar su trabajo era imperativo. Para eso investigó otros espacios similares y se concentró en la abundante bibliografía de marketing en Internet. Profundizó en el diseño de páginas web y su complejidad, hasta el posicionamiento en los buscadores. También se suscribió a diferentes bancos de voces. “Cuanto más especializado estés, mejor. También es vital manejar la tecnología que hay detrás de cada búsqueda y autogestionarla. El tema no pasa solamente por tener una buena voz y un demo que lo demuestre. También hay que dominar todos los estilos que se ofrecen”.

Fojgiel realizó sus propias campañas de correo electrónico, seleccionando los prospectos, diseñando las piezas y haciendo los envíos. “Juntaba cien direcciones por noche y mandaba. Y bueno, con orgullo hoy puedo decir que del año 2004 a la fecha conseguí, solo de esa campaña, cinco clientes”. De esa forma, logró consolidar su cartera de clientes en un mercado muy competitivo.

### Lejos del trabajo a distancia

A la hora de evaluar el funcionamiento de esta modalidad de trabajo online en Uruguay, Fojgiel es escéptica. “Genera temor no tener contacto físico con el locutor para

marcarlo. O se piensa que es demasiado complicado trabajar con un locutor a distancia. O no están dispuestos a cumplir con la forma de pago exigida por el profesional”.

Considera que nada de eso debería ser un impedimento. Si bien en la mayoría de los casos graba desde el estudio que tiene en su casa, también ha tenido que hacerlo en productoras desde otros estados. “Me dirigen de un estudio al otro en tiempo real y como si estuvieran ahí conmigo, no se escucha ni siquiera la voz como si fuera una conversación telefónica. Es como si estuvieran del otro lado de la cabina desde donde yo estoy”.

Trasladar la experiencia y abrir el mercado a otros colegas también le da satisfacción. “El tema de las recomendaciones funciona. Yo he presentado voces, principalmente dos voces masculinas uruguayas, una de las cuales hoy dirige proyectos para la empresa a la que yo lo presenté. Y es fantástico porque todo es un ida y vuelta”. Sin embargo, para Fojgiel imponer esta modalidad de trabajo entre sus colegas uruguayos tiene sus dificultades. El tiempo y el idioma son factores que inhiben su desarrollo. “El multitrabajo les impide tener el tiempo suficiente para responder de forma inmediata la comunicación que se establece desde el exterior. Si uno está en este negocio, hay que chequear permanentemente el correo electrónico porque las oportunidades vuelan”.

Por otra parte, señala que para marcar presencia en el mercado mundial hay que contar con la infraestructura y la tecnología adecuadas. “Un buen micrófono, una buena máquina, una buena tarjeta de sonido. Hay que garantizar una calidad acústica impecable”.

### Atreverse en el buen sentido

Al consultarle si se considera una emprendedora, no lo duda. Se reconoce como tal porque siente que lo consigui-

Alejandra Bretón:: (Montevideo, 1973) es máster en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad de Montevideo y licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay (UCU). Es profesora de alta dedicación del Departamento de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas (UCU). Dicta las asignaturas de Marketing y Taller de Emprendimientos e Innovación y es colaboradora de Nexo-Centro de Desarrollo Emprendedor (UCU). Ocupó diversas posiciones en el área de Marketing en compañías multinacionales; trabajó en medios de comunicación, investigación de mercado y consultoría. Actualmente es directora de Kalibre Marketing & Content Factory.  
[alejandra.breton@ucu.edu.uy](mailto:alejandra.breton@ucu.edu.uy)

do es fruto de su esfuerzo y reconoce especialmente a quienes llama sus maestros, esos que le enseñaron y le siguen enseñando lo que hoy sabe y aplica. A eso se agrega una fuerte ética laboral. “No hay un buen profesional si no hay una buena persona que sostenga todo eso. Ser profesional, hoy por hoy, implica automáticamente ser una buena persona y manejar valores”.

Por otra parte, piensa que no se trata de una cuestión de suerte, sino de estar inmersos y comprender al mundo que la rodea, estar informada y no dejar de perfeccionarse. Y ser atrevido, en el buen sentido. “Yo siempre apunté a la excelencia, creo que si uno nació con un don o si has tenido la gran dicha y la gran fortuna de cruzarte en tu vida con personas que te han ayudado a brillar y a sacar lo mejor de vos, tenés que seguir brillando. No por codicia ni por vanidad, sino por una cuestión de autorrealización. Todos en mayor o menor medida, tenemos talentos. Y bueno, a mí la vida me dio una voz de ciertas características, pero también la perseverancia”.

### **Hacer las cosas bien**

El mayor desafío de trabajar para el mercado hispano en los Estados Unidos es defender el idioma español. Considera que el idioma se ha ido deformando y que ya no importa si se habla bien o no. “Soy una gran defensora del idioma. Creo que hay que hablarlo bien para preservar cultura. Más allá del dinero que haya en juego, el respeto a mi cultura y a mi idioma está primero. Y he ganado siempre la pulseada, porque a veces al cliente le cuesta aceptar que está equivocado”.

Respecto a su formación universitaria, Fojgiel reflexiona. “Todo aporta en la vida y en ocasiones nos damos cuenta de las cosas que hemos aprehendido y aprendido, a veces al cabo de muchos años. Yo creo que la carrera lo que me permitió es comprender el fenómeno de la comunicación en una perspectiva bien amplia”.

“En Océano tenía un programa dedicado a la música en donde me especialicé en la historia del rock and pop. Pero vaya si el rock no fue un instrumento de comunicación fabuloso y transformador de toda la cultura popular”.

Aportar desde el rol de comunicadora ha sido, según esta emprendedora, una gratificación aprendida en su vida profesional. “No estoy de acuerdo con la postura que en muchos medios se adopta con respecto al rol del comunicador, en los que este se ha vuelto muy ordinario. Uno tiene que apuntar a dejar algo bueno en la sociedad y en la cultura. Haciendo las cosas bien, hablando bien, informándose bien, preparándose bien para lo que uno hace, puede lograr cosas maravillosas en la gente”.

Con respecto al futuro, Fojgiel no tiene dudas: “No quiero parar de crecer en lo que hago. Nunca voy a dejar de ser locutora, tendré 85 años y me seguiré grabando”. En el mediano plazo se proyecta como una empresaria de la locución. Ya tiene en carpeta armar un banco de voces hispano especializado y, convencida, sentencia: “Hay mercado”. ❖❖