

“El sentido de nuestro trabajo es crear para comunicar”.
Enrique Aular y Héctor Barboza
Directores

En el exigente trajinar de la producción publicitaria venezolana llevaban un buen tiempo Enrique Aular y Héctor Barboza –con estudios en ingeniería de sistemas, el primero, y publicista con formación universitaria, el segundo–, cuando en 1995 deciden llevar a la práctica la idea de crear su propia productora. Los animaba el propósito de explorar una visión compartida del oficio audiovisual, cuya motivación principal era aceptar el constante desafío de crear e innovar.

“Trabajábamos juntos durante seis años en ‘35 mm’, una productora que luego se transformó en Grupo 35 y que hoy en día es una empresa de publicidad”, recuerda Enrique Aular. “Fue una etapa de mucho aprendizaje. Para ese momento, 35 mm era la productora tope, y esa condición nos reforzó en la intención de crear nuestro propio espacio. Tal vez si no hubiese sido la productora más reconocida y de más prestigio, el paso siguiente para nosotros habría sido irnos a la que sí lo fuera. Pero estábamos conscientes de que nos encontrábamos en el último escalón, así que dijimos: Bueno, vamos a experimentar”.

El trabajo de A & B Producciones ha sido reconocido en justas de la categoría del New York Festival –en el que han obtenido cuatro medallas–, el London International Advertising Awards, Festival Iberoamericano de la Publicidad Ojo de Iberoamérica, Clio Award, Festival del Caribe y Cresta Awards. En Venezuela, suman la contundente cifra de 29 premios otorgados por la Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA), institución que anualmente reconoce los logros y aportaciones del sector publicitario venezolano.

“Desde el mismo inicio tuvimos claro que este proyecto tenía una motivación más vinculada con las necesidades expresivas, con el arte, que con la consolidación de una empresa en el sentido formal. Nuestra evolución nos ha permitido conciliar ambas cosas, pero sin duda continúa privando el criterio de que hacer lo que nos gusta está por encima de las imposiciones del negocio”, apunta Enrique Aular.

El equipo que lidera A & B, lejos de ver en los problemas económicos y en los déficit culturales del país obstáculos insalvables, los entienden como circunstancias que son posibles convertir en oportunidades.

Al resumir las claves del éxito de A & B, los directores enumeran a dos voces una lista de factores que va desde la perseverancia a la amistad y de la paciencia hasta la terquedad. Añaden que esos factores se sintetizan en tres valores básicos: “Honestidad, calidad, creatividad. Y ganas de seguir adelante y continuar disfrutando lo que hacemos. De eso se trata”.