

A Evolução da Marca Anhembi

A identidade visual do Anhembi Parque acompanhou a História do mais importante centro de eventos da Cidade de São Paulo e do país.

O Anhembi Parque foi fundado em 1971, como Centro Interamericano de Feiras e Salões, com identidade visual compatível à função de Centro de Convenções, seguindo as tendências de design da época. Sua concepção remetia ao papel de destaque e pioneirismo que o equipamento representava para o mercado de eventos do Brasil: uma junção da bandeira brasileira aos losangos que identificam a até hoje inovadora cobertura do Pavilhão de Exposições.



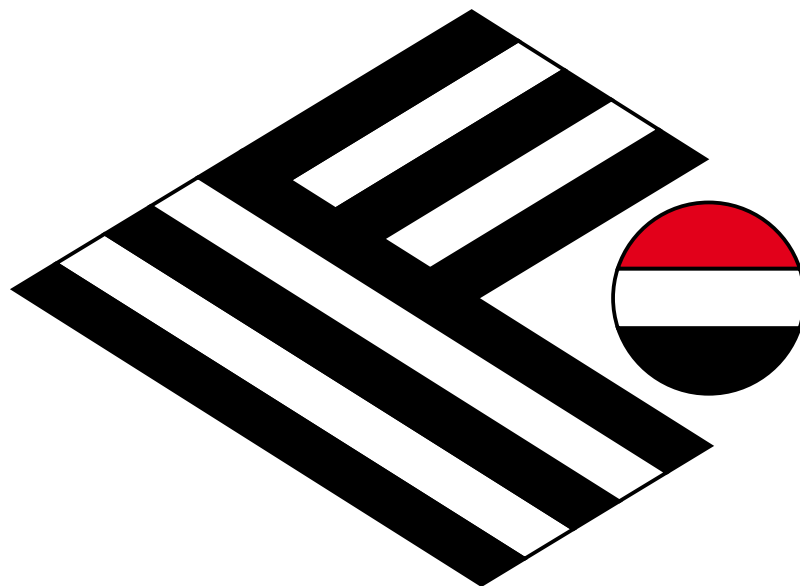
PARQUE ANHEMBI
CENTRO INTERAMERICANO DE FEIRAS E SALÕES S/A

museu dos eventos
anhembi parque



Em 1975, a Prefeitura do Município de São Paulo assumiu o controle acionário do Anhembi e, em seu mesmo espaço, passou a funcionar também a Empresa Municipal de Turismo - Paulistur - que incluiu em suas atribuições a administração do Complexo para Eventos.

Nesse período, o Anhembi deixou de usar uma identidade visual independente e passou a assinar com em a logomarca da Paulistur, uma adaptação da logomarca anterior, que substituiu a referência à bandeira nacional pelas cores oficiais do Município e listras da bandeira do Estado de São Paulo, invocando o caráter público e paulista da administração.



PAULISTUR



Em 1983, a logomarca Paulistur ganhou um visual mais arrojado e com personalidade própria, obedecendo às tendências do design do momento.

Manteve as cores e listras, mas adquiriu movimento que lembrava o dinamismo dos mercados de turismo e eventos.



Em 1986 a Paulistur foi extinta e a empresa voltou a cuidar apenas da administração do Anhembi Parque, que passou a se chamar Anhembi Centro de Feiras e Salões, reduzindo sua atuação novamente à locação de espaços para eventos.

Uma nova logomarca foi criada, mantendo as listras e cores, mas remetendo ao por do sol no rio Tietê, que margeia e dá nome ao Anhembi.



museu dos eventos
anhembi parque



Em 1989, a empresa retoma suas funções de Órgão de Turismo e passa a se chamar Anhembi Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, sem perder a função de administradora do Parque. A identidade visual se manteve, apenas com a troca do descritivo do nome.

Essa identidade se manteve até 2001.



museu dos eventos
anhembi parque



No final de 2001, foi criada uma nova logomarca que marcasse as mudanças - principalmente reformas e revitalização na infraestrutura do Parque - que marcasse uma outra etapa na administração da empresa.

Ainda com o nome de Anhembi Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo e acumulando as funções de órgão municipal de turismo e administradora do centro de eventos, buscou-se uma imagem que tivesse associação imediata ao nome Anhembi e ao mesmo tempo fosse um ícone da cidade de São Paulo. A cúpula do Palácio das Convenções, com sua forma única e arrojo arquitetônico foi escolhida para compor a nova identidade visual. Ao mesmo tempo foi mantida a família tipográfica que caracterizava a sinalização do Anhembi para dar continuidade à memória da marca.

A primeira versão a logomarca foi amarela, remetendo à tonalidade original da cúpula do Palácio. O amarelo também era associado à jovialidade e renovação que se queria imprimir à nova identidade da empresa.



museu dos eventos
anhembi parque



Em 2003 e 2004, a logomarca adotou a tonalidade vermelha, enfatizando a ligação da empresa com a administração municipal e sua atuação nas áreas de turismo e produção de eventos.



museu dos eventos
anhembi parque



Em 2005, a Empresa Oficial de Turismo da Cidade passa a se chamar SP Turis, mas sem perder a função de administradora do Anhembi Parque. O símbolo da cúpula do Palácio, que teve grande aceitação e identificação com o Complexo de Eventos, passou identificar apenas o Anhembi, com adoção do laranja como cor oficial. Foi adotada uma nova tipologia para os textos, mantendo-se o tipo anterior apenas no nome Anhembi Parque. Além do acréscimo do endereço eletrônico, a marca ganhou a possibilidade de inserções de taglines e elementos temporários além do descritivo, tornando-se mais versátil.



museu dos eventos
anhembi parque



Em 2013, a identidade visual do Parque foi novamente reformulada. Acompanhando o constante processo de adaptação do mercado aos dias atuais, a marca Anhembi passou por uma releitura.

Foi mantido o gráfico da cúpula do Palácio, mas com um desenho mais definido e equilibrado, cores mais vivas e variadas, além de tipografia reestilizada, que imprimiu maior leveza e dinamismo.

A palavra "Parque" foi retirada e, o espaço, que é referência para feiras, congressos, convenções, shows e todo tipo de evento, passou a ser chamado apenas de Anhembi.



museu dos eventos
anhembi parque



A versão descritiva destacou o endereço do site para maior visibilidade nas mídias eletrônicas. A versatilidade de aplicação foi ampliada, com a manutenção das possibilidades de uso com descritivo ou taglines e criação de um pattern exclusivo temático da nova identidade visual.



PATTERN



A logomarca do Anhembi permanece simbolizando o principal centro de exposições da cidade de São Paulo e do Brasil.

museu dos eventos
anhembi parque

