

Coca-Cola hyllar 139 år med nytt tecken från Gallaudet University

12 maj 2025

Foto: Gallaudet University

I samband med Coca-Colas 139-årsdag har företaget fått ett nytt globalt teckenspråkigt företagsnamn. Tecknet premiärvisades i en ny version av den ikoniska "Hilltop"-reklamen från 1971. Den ursprungliga Hilltop reklamen är en musikvideo där unga personer sjunger I'd like to buy the world a Coke (Jag skulle vilja köpa världen en Cola) i kör. Denna nya version är inspelad på Gallaudets campus i USA och i den framför studenter, personal och alumner sången på amerikanskt teckenspråk (ASL) helt utan ljud. Resultatet är en visuell hyllning till dövkultur, identitet och gemenskap.

Bakom det nya tecknet står fyra studenter från Gallaudet University som under ett års tid arbetat tillsammans med Coca-Cola för att ta fram en visuell representation av varumärket. Det nya tecknet består av bokstäverna C-O-K-E på ASL, kombinerat med en rytmisk handrörelse som speglar Coca-Colas välkända röda dynamiska band. Tecknet har både hyllats och kritiserats i sociala medier. Somliga tycker att tecknet är fint medan kritikerna säger att det inte är ett tecken utan bara bokstavering.

Projektet leddes av Storm Smith på Gallaudet University. Storm beskriver samarbetet som ett historiskt steg för både varumärkesidentitet och språklig inkludering. Via Gallaudets hemsida berättar han att det känns rätt att Coca-Cola är det första globala företaget att få ett tecken som är skapat av Gallaudet-studenter. Nu hoppas han att fler företag följer efter.

Det här initiativet är en del av ett längre samarbete mellan Gallaudet University och The Coca-Cola Company, som sträcker sig tillbaka till 1980-talet och inkluderar stipendier, karriärprogram och stöd till dövgemenskapen.

Kenny Åkesson

nyhet@teckenbro.com