Babbel: come la pandemia cambia il modo di relazionarsi ai viaggi

Babbel, app per l'apprendimento delle lingue, e PiratinViaggio, la piattaforma online di offerte turistiche low cost del gruppo HolidayPirates, hanno analizzato come la pandemia abbia cambiato la percezione dei viaggi e il modo di parlare delle proprie vacanze sui social media. Tramite un sondaggio internazionale a cui hanno partecipato oltre 8.900 intervistati, di cui 1.200 in Italia, lo studio ha così stilato un glossario di termini e hashtag per comprenderle al meglio.

“La lingua è in costante evoluzione, adattandosi sempre al contesto storico e alla società. A seguito della situazione pandemica attuale, che ha portato i governi di (quasi) tutti i Paesi a imporre restrizioni ai movimenti, le lingue di tutto il mondo stanno assistendo alla creazione di neologismi e nuovi trend linguistici legati proprio alla tematica del viaggio” afferma **Gianluca Pedrotti**, esperto di comunicazione interculturale ed editor del team linguistico di Babbel.

Uno degli hashtag più usati per descrivere le proprie vacanze nel 2020 sui social media è stato ad esempio **#staycation**, dall’unione di stay (rimanere a casa) e vacation (vacanza). Questo ha dato la possibilità al 35% degli italiani intervistati di visitare luoghi mai visti prima, pur abitandoci vicino. La staycation però non fa per tutti: il 29% degli intervistati ha dichiarato che una vacanza è tale solo quando si può viaggiare fuori regione o all’estero alla scoperta di posti e Paesi nuovi.

L’espressione **Travel shaming** fa invece riferimento a quando chi pubblica foto e video sui social media delle proprie vacanze riceve commenti negativi. In verità solo un 2% ha ricevuto commenti negativi dopo aver pubblicato post di viaggio e addirittura il 94% dice di non avere nessun problema a vederne. Anzi: il 67% afferma di distrarsi dalla situazione corrente.

Eppure, nella percezione personale, i viaggi in periodo di pandemia vengono considerati un “argomento tabù”. Se infatti più del 70% è solito pubblicare normalmente foto di viaggi, quasi la metà si dice restia a farlo in questo periodo. Un comportamento normale nel mondo dei Social Media, secondo **Serena Romeo**, Global Strategist del dipartimento Social Media del gruppo HolidayPirates: “Spesso, sui Social Media, si ha paura di essere giudicati, specie da persone che non conosciamo e a cui siamo esposte involontariamente. Questo risultato mostra invece come un tema come il viaggio sia una risorsa importantissima specialmente di questi tempi, dove la mente ha bisogno di immagini positive”.

Altra parola chiave emersa dai social è stata **Workation** (abbreviazione di work on vacation), ovvero lavorare da remoto in luoghi di villeggiatura, al mare o in montagna, all’estero o nella campagna circostante la propria città, e aspettare fino a dopo l'orario di lavoro o il fine settimana per le attività turistiche o semplicemente per godersi una passeggiata in luoghi da sogno. Quasi la metà degli intervistati vuole in futuro abbinare vacanza e lavoro. È contrario invece il 55% degli intervistati: tenere lavoro e vacanze separate aiuterebbe a godersi di più quest’ultime.