

# Análisis del acto de habla de queja en español y en portugués en comentarios de la plataforma *Booking*

## Analysis of the complaint speech-act in Spanish and Portuguese in Booking platform reviews

---

JOSÉ EDSON DA SILVA

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE-Brasil), Universidad de Valladolid  
edsons@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7230-1791>

CRISTINA PÉREZ-GARCÍA

Universidad de Valladolid  
ccpzele@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2566-4092>

PAULA VÁZQUEZ-PESADO

Universidad de Valladolid  
paulavazquezpesado@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5872-1981>

Recibido: 3 de septiembre de 2022. Aceptado: 9 de diciembre de 2022.

Cómo citar: Silva, José Edson, Pérez García, Cristina y Vázquez Pesado, Paula (2022). Análisis del acto de habla de queja en español y en portugués en comentarios de la plataforma *Booking*. *Revista Estudios del Discurso Digital (REDD)*, (5): 1-21



Este artículo está sujeto a una [licencia “Creative Commons Reconocimiento-No Comercial” \(CC-BY-NC\)](#).

DOI: <https://doi.org/10.24197/redd.5.2022.1-21>

**Resumen:** El objetivo de esta investigación es analizar el acto de habla de queja, a partir de comentarios, de hablantes nativos de portugués y de español, extraídos de la plataforma *Booking*. Para ello, se toma como base teórica la Teoría de los actos de habla, uno de los ejes principales de la Pragmática, poniendo el foco en la realización del acto de habla expresivo de la queja. Para llevar a cabo este estudio se ha empleado la investigación cualitativa, de carácter bibliográfico y descriptivo. Como resultado, se percibe cierta regularidad y semejanza en el comportamiento lingüístico-social en lo que se refiere al acto de habla de queja en ambos idiomas, que pueden estar condicionados por la misma plataforma y/o por cuestiones socioculturales.

**Palabras clave:** actos de habla; queja; entorno virtual; *booking*; pragmática.

**Abstract:** The objective of this research is to analyze the speech act of complaining, based on comments from Portuguese and Spanish native speakers extracted from the *Booking* platform.

For this purpose, the theoretical basis is the Speech Act Theory, one of the main axes of Pragmatics, focusing on the realization of the expressive speech act of complaining. In order to carry out this study, qualitative, bibliographic and descriptive research has been used. As a result, a certain regularity and similarity in the linguistic-social behavior regarding the speech act of complaint in both languages is perceived, which may be conditioned by the same platform and/or by sociocultural issues.

**Keywords:** speech acts; complaint; virtual environment; booking; pragmatics.

---

## INTRODUCCIÓN

Según Ostelea<sup>1</sup>, centro internacional especializado en la formación de líderes, directivos y técnicos especializados en la industria del Turismo y Hostelería, los comentarios que difunden los clientes en las páginas de alojamientos y viajes son de gran relevancia tanto para los (nuevos) usuarios como para los responsables del negocio. Esto solo es posible gracias a la web 2.0, segunda generación de comunidades y servicios en entornos virtuales, que permite que, de forma simple, flexible y ligera, las informaciones sean consumidas, producidas y transmitidas sin problemas de espacio y de tiempo y a bajo coste.

A la vista de lo expuesto, las principales plataformas del sector permiten y estimulan que sus usuarios publiquen sus experiencias personales, tanto positivas como negativas. Esto sirve para mejorar tanto la atención al cliente como el propio establecimiento, lo que puede ser un arma de doble filo. Por lo tanto, tiene una importancia comercial significativa y, por ende, relevancia en los estudios sobre la comunicación.

Pensando en el modo en el que se realiza esta comunicación, la intención comunicativa y el efecto que provoca, este trabajo tiene como propósito analizar cómo, lingüísticamente, un consumidor del servicio/producto comunica al establecimiento su insatisfacción, molestia y desaprobación y si eso sucede de la misma forma en lenguas diferentes. En el caso del presente estudio, se contrastan las lenguas iberorrománicas portuguesa y española. Para ello, se toman como planteamiento teórico algunos conceptos que se circunscriben al campo que se encarga de estudiar el lenguaje inmerso en un contexto comunicativo, la pragmática.

---

<sup>1</sup> <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/los-comentarios-online-son-de-vital-importancia-para-las-empresas>. Fecha de última consulta: noviembre de 2022

El artículo se estructura en tres apartados: el primero busca aclarar qué es un acto de habla, describir y presentar cómo se realiza una acción desde la perspectiva de la pragmática (Austin, 1955; Searle, 1969) y cómo se lleva a cabo la acción confrontativa (Olshtain y Weinbach, 1987; Pozo-Hurtado, 2011). El segundo presenta detalladamente el corpus de este trabajo, que consiste en comentarios de la plataforma *Booking*, y el método empleado, que es el cualitativo de carácter bibliográfico y descriptivo. El último apartado corresponde al análisis y discusión del corpus recogido.

## 1. LOS ACTOS DE HABLA Y EL ACTO DE QUEJA

Desde una edad temprana los seres humanos aprenden a usar las palabras para pedir algo, disculparse por una actitud o hacer sugerencias, por ejemplo; en principio, esto ocurre de forma implícita y sin instrucción gramatical. Hay infinidad de objetivos que se pueden conseguirse mediante las palabras, estos son investigados dentro de los estudios pragmáticos bajo la teoría de los actos de habla.

El británico Austin (1955) es el pionero en los estudios de los actos de habla. Durante la década de los años 40<sup>2</sup> el autor toma como punto de partida la falacia descriptiva sostenida por la concepción del lenguaje corriente y por la lógica informal, que consideraba como función principal del lenguaje describir estados de cosas o enunciar algún hecho (p. 3). De este modo, tal teoría tiene su origen en la filosofía, en concreto, en la filosofía del lenguaje, y en la observación de que hablar va más allá de transmitir información sobre algo. Esta teoría, los Principios de cooperación (Grice, 1975) y el Principio de la Relevancia (Sperber y Wilson, 1995) establecen las bases de la Pragmática como disciplina de estudio.

Escandell Vidal (1996) cree que hay unanimidad en la definición de pragmática que plantea como el estudio “de los principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación.” Con esto se refiere tanto a las características que determinan que en una situación comunicativa un hablante emplee un enunciado concreto, como a la interpretación que el destinatario hace de este mismo enunciado. Así, la pragmática estudia también los factores extralingüísticos que establecen las condiciones por las que se usa el lenguaje y que quedaron olvidados en el estudio tradicional de la lengua, centrado en la forma y la gramática.

---

<sup>2</sup> Su libro publicado fue póstumo. Lo publicó uno de sus alumnos, Searle.

El uso de un enunciado que no corresponde a su significado convencional para lograr un efecto comunicativo concreto, la relación entre la sintaxis y el contexto y la referenciación son tres cuestiones a las que, desde una perspectiva puramente gramatical, solo puede darse una respuesta limitada. De hecho, Escandell Vidal (1996) los define como los tres problemas de la Pragmática. Por esto, se hace necesario reflexionar sobre la lengua desde sus dominios funcionales, considerando aspectos que van más allá de los aspectos intralingüísticos.

Escandell Vidal (1996) señala que el análisis, desde una perspectiva pragmática, debe considerar dos aspectos: el que tiene en cuenta la naturaleza material y el que considera la naturaleza inmaterial, dado que ambos se complementan en la actividad lingüística. El primero contempla las entidades pasibles de descripción: el emisor y el destinatario (interlocutores), el enunciado y el contexto, y en el segundo, se tiene en consideración la relación entre las entidades materiales, por lo tanto, ayuda a determinar algunos comportamientos que se repiten, en otras palabras, que son habituales. En consecuencia, permite comprender la intención y la interpretación pragmática de las relaciones establecidas entre los interlocutores (el emisor y el destinatario), el enunciado y el contexto.

Para Austin (1955), al producir un acto de habla se activan simultáneamente tres dimensiones que consideran el acto físico de producir una emisión, la intención y la consecuencia de lo dicho. Estas dimensiones reciben el nombre de: acto locutivo, ilocutivo y perlocutivo. Así, por ejemplo, un interlocutor A al decir “¡Estoy harto de ti!” a un interlocutor B, está enunciando una acción (locutivo), con un propósito [quejarse de algo/alguien] (ilocutivo) para provocar una reacción (perlocutivo), buscando que el interlocutor B lo deje en paz.

Años después, Searle (1969) se enfoca en cuestiones no evidenciadas o cuestionadas en los estudios anteriores, como señala Moreira (2012). Según la autora, uno de los puntos que divergen es el trato de la intencionalidad, mientras Austin (1955) la cuestionaba, Searle (1969) la consideraba como determinante en la producción de los actos de habla.

Silva (2022) lo ejemplifica a partir del enunciado “¿Tienes boli?”. Lingüísticamente, el enunciado tiene un valor indagatorio, sin embargo, desde el sesgo pragmático esa pregunta puede señalar una petición (interpretación pragmática) o una indagación (interpretación literal). A partir de cada caso se pueden tener diferentes expectativas de respuesta: en el primer caso, se puede esperar que el interlocutor le preste lo solicitado al emisor y, en el segundo caso, que el interlocutor le conteste con una

respuesta cerrada, afirmativa o negativa. Por lo tanto, mediante este ejemplo, se puede percibir la presencia de las entidades señaladas por Escandell Vidal (1996) y que la intención es un aspecto importante dentro de los estudios pragmáticos, de acuerdo con lo que defiende Searle (1969), y que resulta ser un aspecto poco valorado por Austin (1955).

Así, para la teoría searleana, la intención es la clave para que se produzca la comunicación. Un hablante al enunciar algo pretende provocar un efecto en su interlocutor y, además, que este lo aprecie. Toda esa acción se realiza bajo ciertas condiciones de normas convencionales y contextuales. Por lo tanto, la fuerza ilocutiva, que posee la unidad mínima de la comunicación lingüística, está codificada en la lengua. Con ello, propone una taxonomía por fuerza ilocutiva, es decir, por intencionalidad, que incluye además verbos asociados a ellos, conforme la tabla-síntesis siguiente:

Tabla 1- Clasificación por fuerza ilocutiva de los actos de habla

CATEGORÍA	FUNCIÓN	EJEMPLOS DE VERBO	EJEMPLO DE ENUNCIADO
Asertivo	Comprometer al hablante con la veracidad de la información	afirmar, definir, describir, anunciar, predecir, insistir, creer, informar	Les informo de que el trabajo de pragmática debe entregarse antes del 27 de enero.
Directivo	Intentar que el interlocutor haga algo	preguntar, pedir, recomendar, exigir, encargar, ordenar, invitar	Entreguen el trabajo en la fecha marcada.
Compromisorios	Comprometer al hablante con un futuro curso de la acción	ofrecer, prometer, jurar, apostar	Te prometo que para la próxima clase te traigo el libro de español.
Expresivos	Expresar una postura subjetiva hacia algo	saludar, quejarse, felicitar, dar condolencias, pedir perdón, perdonar, agradecer, dar la bienvenida, condenar	Me encanta el portugués.
Declarativos	Provocar un cambio en el estado de las cosas del mundo	fallar, nombrar, sentenciar, bautizar, vetar, levantar una sesión	La nota del trabajo de pragmática es sobre diez.

Fuente: elaboración propia a partir de Searle (1969), Austin (1955), Ridaó (2018).

En un primer momento, Searle (1969) establece una relación entre forma lingüística (el verbo u otro elemento estructural) y fuerza ilocutiva. Sin embargo, es evidente que no siempre se compaginan, teniendo en cuenta la relación mundo-lenguaje-intención. Esto le lleva a establecer dos nuevos conceptos: el acto de habla indirecto (el significado literal de la estructura no se corresponde con la fuerza ilocutiva) y acto de habla directo (cuando el significado se corresponde con la fuerza ilocutiva). A modo de ejemplo, si el interlocutor A, que es el dueño del objeto, pregunta “¿Me puedes traer el libro de pragmática?” al interlocutor B, no tiene la intención de saber si B puede o no traerlo, sino que quiere que se lo entregue. En este caso, tal enunciado es un acto indirecto, es decir, existe un significado de orden pragmático subyacente. Aquí toma importancia el factor social que circunscribe la comunicación, ya que hay culturas que son más o menos directas o que lo que decimos opera en ambos niveles y, por lo tanto, se necesita considerar la función operativa del enunciado.

Según Ridao (2018, p. 229) “los actos de habla expresivos han recibido menos atención por parte de los investigadores”. Para llevar a cabo su estudio, usa datos de otras investigaciones que sostienen su afirmación. Estos denotan que los actos cuya fuerza ilocutiva es asertiva, directiva o compromisoria presentan una mayor presencia en los corpus analizados: material de editorial y película.

En los actos de fuerza asertiva la palabra se ajusta al mundo, en los de fuerza directiva y compromisoria esa relación sucede al revés y en los de fuerza declarativa consisten en una relación de reciprocidad entre mundo y palabra. A diferencia de los anteriores, los actos de fuerza expresiva no presentan ninguna relación, están definidos restrictivamente por una postura subjetiva y, por lo tanto, en las culturas que recurren a los actos indirectos el uso de estos es menor. Además, presentan una significativa variedad de tipos, a modo de ejemplo, Carretero y otros (2014) citado por Ridao (2018) los clasifica en trece subtipos: disculpa, cumplido, saludo, deseo, agradecimiento, simpatía, preocupación, reproche, directivo, acuerdo, reivindicación, comisivo y tranquilizador, ya Puga (2001) conforme Ridao (2018) destaca que pueden dividirlos en dos macrogrupos: los actos de habla expresivos positivos y los negativos. Siendo los primeros subdivididos en asertivos, fácticos, solidarios, exculpatorios y compensatorios y los segundos en disentivos, inculpatorios, incriminatorios y solidarios.

Dentro de los actos de habla de fuerza expresiva se encuentra el acto de queja, que ha sido estudiado de forma anecdótica tanto en español como

en portugués. Una de las causas que explican este hecho puede ser la siguiente: el enfoque dado, como afirma Nodoushan (2007) citado por Pozo-Hurtado (2011) “los estudios sobre la queja enfatizan sus funciones (seguir la conversación, entablar relaciones y establecer solidaridad) y no sus componentes”.

Por medio del acto de habla de queja, el hablante enuncia su incomodidad, insatisfacción, molestia y desaprobación por algo, de forma que confronta a su interlocutor. Olshtain y Weinbach (1987) señalan que algunas características de las quejas cuya finalidad es garantizar una compensación son las siguientes:

- Una acción contraria a las normas de comportamientos compartidas entre los interlocutores.
- Una acción que puede provocar consecuencias desfavorables.
- Que sea directa o indirecta.
- Pese a saber que el resultado puede generar conflictos, se expresa la molestia.

Dadas estas características, los autores afirman que constituye un acto de difícil realización, pues no siempre su interlocutor va a estar de acuerdo con compensarle. El ejemplo inicial en el que el interlocutor A declara “¡Estoy harto de ti!” a un interlocutor B, puede o no resultar en una reparación por parte de B, es decir, puede ser que B le deje en paz, que B no le hable más o que B pare de molestarlo, sin embargo, puede ser que tenga lugar el efecto contrario, que lo incordie más o que simplemente no le haga caso. Obligando, así, al interlocutor A a utilizar una serie de estrategias para solucionar el conflicto. Tales estrategias pueden tener un sesgo cultural, social o individual. De esta forma, B dejaría de molestarlo porque en su comunidad es aceptable que después de una imposición de conductas se le respete, o porque involucra cuestiones e intereses sociales (el caso de las leyes) o motivados por factores individuales (empatía).

El acto de queja pone en juego y confronta la imagen de los interlocutores, donde, retomando el ejemplo anterior, por un lado, A intenta imponer límites a la libertad de B, que (in)directamente, se supone una reparación, por su parte, reparando el daño que le hizo a su imagen. Por otro lado, B también tiene su imagen expuesta por lo que le hizo a A. En la interacción entre A y B, ambos pueden desarrollar estrategias destinadas a proteger sus imágenes, como el uso de atenuadores

que mitigan la fuerza ilocutiva o, en cambio, el de intensificadores que refuerzan el grado de incomodidad.

Los actos de queja pueden ser directos o indirectos y sus diferencias se recogen en este cuadro-síntesis:

Tabla 2- Actos de habla de queja directo *versus* indirecto: características

	DIRECTO	INDIRECTO
¿A quién se destina?	Se dirige al responsable de un fastidio u ofensa	Hacia un interlocutor que no es responsable de la incomodidad, puede o no estar presente
¿Se busca reparación?	Sí.	No.
¿El destinatario es capaz de repararlo?	Sí.	No.
¿Cuáles son los componentes?	Predomina el componente exhortativo	Alertadores, exhortaciones, evaluación

Fuente: a partir de Pozo-Hurtado (2011).

Respecto a los componentes, la autora los define como:

- Alertadores que previenen e interpelan al interlocutor a partir de recursos lingüísticos, como nombres, formas de tratamiento, exclamaciones o expresiones de disgusto.
- Exhortaciones que llaman la atención sobre la acción que genera incomodidad, para ello, se enuncia el acto, se pide una explicación, se recuerda una promesa, se solicita una reparación, se solicita evitar repetición, se da un sermón, se advierte o/y se amenaza.
- Evaluativa, que expresa el desagrado y su opinión frente a la acción incómoda, a través de una evaluación de los interlocutores, del lugar de la acción y desaprobación general.

## 2. CORPUS Y MÉTODO

Para llevar a cabo esta investigación, se recogió el corpus en [www.booking.es](http://www.booking.es), plataforma que ofrece servicios de hostelería, formado por 20 comentarios, de los cuales 10 son de hablantes nativos de portugués y los otros 10 de español. Para la selección se han tenido en cuenta tres

factores: la primera lengua (L1) de los autores de los comentarios, el período y el tipo de alojamiento. Además:

- Fueron seleccionados comentarios auténticos, es decir, escritos originalmente en la L1 del usuario (la plataforma posee la opción de traducción automática).
- Comprenden los meses de diciembre de 2021 y enero de 2022 (período de vacaciones, por lo que la búsqueda de este tipo de servicio suele ser más elevada).
- Se optó por seleccionar comentarios de dos tipos de alojamientos: pequeños y grandes, a fin de verificar si hay una regularidad o cambio en la enunciación del acto de queja;

Los comentarios fueron realizados por hombres y mujeres procedentes de España, Portugal y Brasil. Todos están disponibles y publicados con autorización de los usuarios del servicio, es decir, *Booking* solicita su consentimiento.

En resumen, el corpus seleccionado tiene las siguientes características:

Tabla 3- Caracterización del corpus

	Portugués		Español	
Alojamientos pequeños	5 comentarios	3 mujeres portuguesas 2 hombres brasileños	5 comentarios	3 mujeres 2 hombres Todos españoles
Alojamientos grandes	5 comentarios	3 mujeres (una de Brasil y las otras de Portugal) 2 hombres (un brasileño y otro portugués)	5 comentarios	2 hombres 3 mujeres Todos españoles

Fuente: Elaboración propia.

Aunque se señala el género y la nacionalidad, no son factores que se tienen en consideración para el análisis por razones metodológicas. Se mencionan por tratarse de cuestiones que, junto a la edad (información no disponible), pueden influir en la forma en la que se produce el acto de queja. Igualmente, en relación con los lusoparlantes, es interesante mencionar que portugueses y brasileños usan variantes distintas, por lo tanto, recurren a recursos y estrategias diferentes en determinados contextos. Sin embargo, en este análisis no serán consideradas las variables de género y de procedencia.

En líneas generales, en *Booking* los usuarios pueden valorar las categorías: personal, instalaciones y servicios, limpieza, confort, relación calidad-precio, ubicación, wifi gratis y proporcionar dos comentarios libres, uno destacando los aspectos positivos y otro, los negativos. Aunque es un espacio habilitado para opiniones con consentimiento, las condiciones en que se realizan los comentarios quedan establecidas por las normas sociales y por la plataforma. Por tratarse de un texto escrito, considerablemente informal y en un entorno virtual es posible encontrar rasgos característicos de la escritura en este medio: faltas ortográficas y de puntuación intencionales o no y expresiones típicas de la oralidad, por ejemplo. A estos comentarios se les puede añadir fotos.

En cuanto al método utilizado, se ha empleado el cualitativo que, según Hernández-Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014) “se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto”. Además, de acuerdo con los procedimientos adoptados, se caracteriza por un trabajo cualitativo de carácter bibliográfico, dado que se utilizan fundamentalmente las contribuciones de textos publicados en el entorno académico-científico sobre el tema estudiado y descriptivo, que busca especificar las características y propiedades del fenómeno sometido al análisis (Gil, 2002; Hernández-Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014).

### 3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Las opiniones de esta plataforma hacen que la estructura<sup>3</sup> que sigue el acto de habla de queja sea muy diferente a la de las quejas orales o escritas

---

<sup>3</sup> En la transcripción de los comentarios se optó por dejar el título + el comentario del emoticono que expresa tristeza, dado que, se supone, que es el espacio de las quejas.

tradicionales, ya que estas carecen tanto de saludos como de despedida. Asimismo, la plataforma plantea un esquema de opinión muy estructurado y visual, además de decidir en qué apartado se colocan las respuestas a cada pregunta de las opiniones. En el apartado señalado con un emoticono que expresa felicidad, el cliente puede comunicar lo que le ha gustado, y, en cambio, el que expresa tristeza sirve para transmitir lo que no les ha gustado; es decir, las quejas.

### 3.1. El caso de los hispanohablantes<sup>4</sup>

Los siguientes comentarios de la muestra fueron escritos por españoles y hacen referencia a alojamientos pequeños:

1. *Muy mala: Habitación en general sucia, sábanas con múltiples manchas por todos lados, habitación no ventilada, paredes super sucias y suelo sin barrer. no parecía nada estar limpio. La habitación era con aire acondicionado, pero es mentira, no hace nada ese aire que hay instalado. Se pasa mucho frío en la habitación. Por no hablar de las medidas COVID-19 que no hay ninguna ni por el propio personal de limpieza.*

En esta queja abunda el uso de cuantificadores: “super, nada limpio, es mentira, mucho frío, por no hablar de ...”

0. *Buen lugar para descansar en medio de tu viaje: No esperabamos un superhotel por el precio, pero el baño no estaba seco, con toallas tiradas por el suelo y la habitación es bastante pequeña (cosa que ya suponíamos). Mejoraría el mantenimiento diario del baño, supongo que por la noche es más complicado, pero entiendo que siendo un hotel ‘de paso’ es normal llegar en horario nocturno.*

El autor de esta opinión atenúa la crítica desde un principio, declarando que no esperaba conseguir un hotel muy bueno respecto a lo que había pagado por hospedarse con su pareja. Después de esta parte, viene la crítica, que ha sido atenuada por medio de la introducción. La queja vuelve a ser atenuada después con otra oración “(cosa que ya

---

<sup>4</sup> Los comentarios son *ipsis litteris*.

suponíamos)”. Es decir, transmite claramente que no tenía grandes expectativas respecto al hotel y, plantea su queja de una forma muy atenuada en la que intenta transmitir comprensión hacia el hotel. La oración que sigue da una sugerencia de mejora para el hotel, que introduce con la forma en condicional “mejoraría”, e incluso, vuelve a atenuar esta recomendación mostrando su comprensión hacia el personal del alojamiento: “supongo que por la noche es más complicado.”

*0. Perfecto, si tuviera baño individual o limpieza permanente. Mismo pagando algo más.: El baño compartido. Es la primera vez que pruebo coger un sitio sin baño indiv. pues solo iba a dormir unas pocas horas y no encontraba nada razonable de precio. El hecho de que no haya limpieza permanente, alguien localmente que limpie los baños después de usarse, me hace valorar no repetir.*

La huésped que escribe esta opinión utiliza el pretérito imperfecto del subjuntivo para recalcar que el alojamiento mejoraría con el perfeccionamiento de sus baños, e, incluso, propone para ello una solución: “mismo pagando algo más”. Además, termina su opinión con una amenaza atenuada (por medio de la expresión “me hace valorar”) de no volver a hospedarse allí.

*0. Pésimo: - La habitación no tenía ventanas. No había ventilación. - era muy fría y la bomba de calor estaba mal orientada -los cristales estaban extremadamente sucios -no hay televisión son la excusa de no molestar - en la ducha, que es compartida, solo hay plafon, no hay manguera por lo que no tienes libertad y tranquilidad para graduar el agua - no hay llave de mano en la habitación por si acaso no funcionará el sistema de cerradura inteligente. Y todos estos detalles no están descritos en la presentación y características, por lo que uno se siente estafado.*

La primera palabra que aparece en esta opinión es un cuantificador, “pésimo”, luego sigue con “extremadamente”, y, finalmente, el huésped termina quejándose de que todas estas desventajas del alojamiento no aparecen descritas en la web, opinión que cuantifica diciendo que se siente estafado, así que, se trata de una queja claramente cargada de cuantificadores en la que su autor manifiesta claramente su descontento con el servicio recibido.

0. *Miseria: Experiencia pésima. Había pelos cortos y medianos por todas las sábanas en la cama. Súper desagradable. No me extraña que hubiera chinches o algo así. Verdaderamente repugnante. El sitio más indigno en el que he estado jamás.*

En este caso la opinión vuelve a empezar con un título que cuantifica la queja “miseria”. El escrito tiene infinidad de cuantificadores, ya que afirma haber tenido una experiencia “pésima”, “superdesagradable”, “verdaderamente repugnante” “el sitio más indigno”.

Estos son los comentarios seleccionados en referencia a grandes hoteles:

0. *Caro y mal servicio: La habitación olía mal todo el tiempo, porque el baño no está separado sino abierto, se oían muchísimo los ruidos tanto desde la calle como de las habitaciones contiguas. Tenía muchísimos desperfectos la habitación. Los enchufes no funcionaban y desapareció de mi habitación una tarjeta de promoción y no apareció.*

La huésped comienza describiendo el hotel, al que califica de ser “caro” y de tener un “mal servicio”. El primer tiempo verbal que utiliza es el pretérito imperfecto “olía” acompañado de los cuantificadores “mal todo el tiempo” para dejar claro que es algo de lo que quejarse. Este no es el único cuantificador que aparece: “se oían muchísimo” “muchísimos desperfectos” “no funcionaban”. La mujer se queja de todo lo que considera necesario comentar, utilizando siempre el pretérito imperfecto que funciona como un atenuador.

0. *Agradable: Nuestro apartamento era muy viejo, la cocina y el menaje paupérrimo. El aire acondicionado del año en el que se construyó el edificio.*

Esta clienta utiliza un par de cuantificadores “muy viejo” o “paupérrimo”. Describe únicamente cómo era su apartamento, ya que es de lo único que tiene que quejarse.

0. *Muy decepcionado: La habitación muy vieja, el baño de azulejos pintados descascarada la pintura, la cocina del siglo pasado, la insonoración inexistente, se escucha cualquier ruido por pequeño que sea, el servicio de limpieza nos despertó a las 8:15 haciendo ruido y conversando en el pasillo, la cama deja bastante que desear, la puerta de la habitación como si fuese de papel.*

La queja comienza con un cuantificador “muy decepcionado”, el cliente demuestra su descontento y sorpresa, puesto que no se esperaba esto para nada. Al igual que en las anteriores entradas, la presencia de los cuantificadores es bastante elevada “muy vieja”, “del siglo pasado”, “inexistente”, “deja bastante que desear” “como si fuese de papel”.

0. *Habitación floja: Para ponerte a cocinar necesitas poner a calentar el fuego la noche anterior, ya que no calienta un mojón. Si te gustan los baños de casa de tu abuela, este es tu sitio. Si te gusta ver la televisión a la noche, no te olvides de traerte una lupa. Por lo demás todo bien.*

Este huésped es el que ha utilizado la forma más coloquial de todos: sus quejas se hacen de forma retórica e incluso con un toque humorístico para atenuar así el acto de habla. Los atenuadores que emplea son: “necesitas poner a calentar el fuego la noche anterior”, “este es tu sitio”, “traerte una lupa”. Probablemente, esta sea la queja más indirecta de todas.

0. *Me siento un poco engañada: En la descripción ponía que las habitaciones tenían cocina, y si es verdad que las tenían pero no funcionaban. Yo pagué por una habitación con cocina.*

Esta huésped comienza con el atenuador “un poco engañada”, se queja directamente de que lo que dicen en la web del hotel no es cierto, que mienten, pero disminuyendo la carga de la queja. Afirma sentirse estafada y que ella no ha pagado por eso.

Todas las quejas analizadas en español son directas, pero debido a que estas se encuentran en una plataforma virtual no buscan una reparación, excepto en casos concretos. El destinatario no puede reparar el daño del emisor, pero sí que puede solucionar el problema para los futuros huéspedes, es decir, tiene un factor moralizador, a lo que Pozo-Hurtado da el nombre de instrucción moralizante, es un recurso exhortativo.

En este tipo de quejas el componente más destacado es el exhortativo, es decir que lo que busca el interlocutor con su queja es llamar la atención sobre la acción ofensiva, como por ejemplo en: “La habitación no tenía ventanas. No había ventilación o y si es verdad que las tenían, pero no funcionaban”. Para ello, usa algunas estrategias tales como: enunciar lo que le ocurrió, explicarlos con detalles, dar una instrucción.

### 3.2. El caso de los lusohablantes<sup>5</sup>

Al analizar las quejas enviadas por usuarios brasileños y portugueses, se perciben algunas diferencias significativas en cuanto a la longitud del texto, ya que hay menos caracteres y cantidad de comentarios en lengua portuguesa. Esto se puede explicar por la elección del corpus, puesto que todos los comentarios de los hoteles seleccionados se corresponden con establecimientos que se encuentran dentro de España.

La mayoría de los comentarios que hacen referencia a alojamientos pequeños poseen un título cuyo significado es positivo, a pesar de que aparezcan quejas en el apartado proporcionado por la plataforma para tal fin. Respecto a estos comentarios se puede observar:

0. *Amei, lugar limpo, quarto que fiquei não cheirava a cigarro: Poderia ter ac, mas o ventilador já ajudou!*

0. *Muy bien: A unica coisa que não gostei foi do barulho constante , pois tem um bar em baixo do prédio e eu fiquei hospedada de sexta para sabado e não dormi a noite toda com o barulho que vinha da rua .*

Dos clientes optan por empezar sus comentarios usando una estructura que mitiga sus quejas. El cliente del comentario 11 utiliza el verbo “poder” en la forma verbal del condicional simple (futuro do pretérito, en portugués) que tiene en su lengua, entre otras funciones, la de atenuar y expresar una acción posible. El comentario 12 inicia con una construcción que también atenúa lo que viene detrás “la única cosa >> que no me gustó

---

<sup>5</sup> Se optó por dejar los comentarios en la lengua original y tal cual los hicieron los usuarios de la plataforma, incluso, con los fallos gramaticales. Las partes interesantes para el análisis o que pueden resultar problemáticas fueron traducidas al español dentro del texto analítico.

fue el ruido constante”, es decir, de todas las cosas, exclusivamente el ruido constante fue lo que le hizo sentir más incómodo. Además, emplea el adverbio “no” + verbo “gustar” para expresar su sentimiento, tal selección parece indicar un tono más ameno, en vez de emplear verbos como “odiar”, “enfadarse” o “tener rabio”, por ejemplo, que poseen una carga más agresiva.

A la vez, en ambos casos los huéspedes continúan sus comentarios con una explicación: el primero (comentario 11) opta por señalar algo de carácter positivo que le ocurrió, para ello, utiliza el nexos “pero” (mas, en portugués) que denota adversidad. Con ello, quiere expresar que, pese al problema, hubo una solución. En cambio, el segundo (comentario 12) recurre a la explicación detallada de la situación, para ilustrar el porqué de su queja, señalando los días, el período y la ubicación de donde estuvo alojado. Ambos comentarios recurren a elementos exhortativos (Pozo-Hurtado, 2011).

Otro cliente recurre a las mismas estrategias, y, además, también hace una evaluación.

*0. Perto do shopping e não muito longe do aeroporto: A comunicação com o hotel ,poderia ser um pouco melhor, o auto Check in é interessante, mas a hora de resolver algumas coisas ,nao comunicação difíceis por nao ter ninguem em pessoal para resolver.*

A partir de la cuestión central de su comentario, que señala que “una comunicación difícil por no haber nadie para solucionar el problema”, opta por atenuar, usando el mismo recurso de apoyo que los anteriores (verbo en condicional simple/ futuro do pretérito, en portugués) y la expresión “un poco mejor”. En ambos casos se atenúa y no se incomoda al destinatario. Además, al quejarse de la comunicación que ofrece el alojamiento, también hace una evaluación: “es interesante”, con el objetivo de mostrar que lo que se le ofrece está bien, pero hay una carencia. De forma general, no deja explícito su sentimiento de fastidio.

La atenuación en las tres quejas tiene un factor moralizador, que Pozo-Hurtado (2011) llama instrucción moralizante, cuyo objetivo es que el destinatario actúe de determinada forma frente al problema, para que así consiga solucionarlo.

En cambio, otro cliente deja explícito su sentimiento negativo hacia lo que le ofreció el alojamiento que reservó, como podemos ver en:

0. *Muy bien: Medo de ficar trancado do lado de fora devido ao método eletrônico de abertura de portas.*

Sin embargo, no tiene una actitud confrontativa, lo que sugiere que el cliente al quejarse prefiere no tener una confrontación, sino que solo quiere expresar su sentimiento y explicarlo.

Ya otro cliente, usa intensificadores como “mucho” y “poca” para expresar el motivo de su incomodidad, pero, igualmente, no confronta a su destinatario.

0. *Razoável: muito barulho, e pouca roupa de cama*

Según Pozo-Hurtado (2011), no confrontar también es una estrategia usada por los interlocutores en una situación en la que se podría enunciar un acto de queja. El propósito es llamar la atención sobre algunos aspectos que pueden dejar implícito su molestia o enfado por algo.

Respecto a los comentarios sobre grandes hoteles, se puede observar que los clientes de este tipo de hotel también usan recursos para mitigar sus quejas. Además, al igual que los clientes de los pequeños, optan por un título de significado positivo.

0. *Fantástico: O pequeno almoço não está ao nível de um hotel desta categoria.*

0. *Hotel ótimo: Para quarto de casal + 2 crianças era bom ter uma divisória entre a cama e o sofá cama*

En los dos comentarios anteriores, los clientes optan por utilizar expresiones menos ofensivas “no estar al nivel” y “estaría bien si tuviera”. En ambos casos, las quejas tienen una función moralizadora, ya que indican cuestiones que pueden ser mejoradas.

Este otro comentario, pese a la atenuación, también evalúa y amenaza su destinatario:

0. *Bien: Embora confortável e bem localizado o apartamento deixa a desejar em relação ao fornecimento de itens básicos de uso diário, além do fato de tentarem nos cobrar por um jogo extra de toalhas, sendo que havia apenas um disponível para uma semana de estadia, o que é um fato lamentável e fala contra nosso retorno a esta acomodação.*

El huésped inicia su comentario resaltando los puntos positivos, para ello, usa el “embora” (en este caso, en portugués, funciona como nexos de concesión) que indica una acción contraria a la principal (la queja en sí). Emplea una expresión atenuante “dejar a desear” para enunciar la acción, dejando claro su sentimiento hacia las carencias y problemas enfrentados. Al indicarlos, recurre a la explicación y termina evaluando negativamente, es decir, desaprobando (é um fato lamentável >> es lamentable). Al mismo tiempo que amenaza con no volver. Sin embargo, lo presenta de manera suave (fala contra nosso retorno >> se opone a nuestro regreso).

A diferencia de los comentarios anteriores, llama la atención, que, en dos ocasiones, los usuarios de la plataforma de *Booking* hayan recurrido al uso de títulos con carga negativa. En el comentario 19 el título se enfoca en que la relación calidad precio no es buena en este alojamiento, y en el 20 se usa un refrán (gato por lebre > gato por liebre), cuyo significado literal es ser engañado.

*0. Cara para ser recebida como fui: café da manhã para este hotel e pelo que cobram , muito ruim ! pobre , parece um café de um hotel padrão 3 estrelas . me arrependi de ter incluído em minha estadia , como não sabia exatamente a situação devido ao covid fiz está opção não vale a pena*

*0. Gato por lebre: Gato por lebre Na Booking.com esta anunciado como um Hotel de quatro estrela, tal nao corresponde a realidade de todo. Trata-se de um mero Hostel. A Booking.com deveria rectificar o erro*

Ambos huéspedes parecen querer transmitir su enfado de forma más tajante, para ello, compara los hoteles que poseen 4 estrellas con otros de patrón inferior: 3 estrellas y con un hostel: “parece um café de um hotel padrão 3 estrelas” ([el desayuno] se parece al de un hotel de 3 estrellas), en el caso del comentario número 19, y en el 20 se dice que “está anunciado como um Hotel quatro estrela, tal não corresponde a realidade” (se anuncia como un hotel cuatro estrellas, pero no es así).

Además, recurren a lo que Pozo-Hurtado (2011) tilda de instrucción ofensiva, que se produce cuando el hablante expresa un enunciado ofensivo al causante de su molestia. En el comentario 19, el cliente usa un intensificador “muito” (mucho) frente a un adjetivo negativo “ruim” (malo) y el adjetivo “pobre” para quejarse de uno de los servicios prestados

por el alojamiento y, a la vez, atacar la imagen del hotel. Termina expresando su sentimiento de arrepentimiento y diciendo que el alojamiento “*não vale a pena*” (no vale la pena). Ya en el comentario 20 el cliente expresa su sentimiento, la plataforma lo ha estafado, ofende la imagen del hotel al rebajar su nivel de hotel a hostel (Trata-se de um mero Hostel > se trata de un simple Hostel) y termina solicitando que la plataforma rectifique la información presentada.

A diferencia de todos los comentarios analizados en portugués, solo el número 20 hace referencia explícita a la plataforma, es decir, no se queja tanto del hotel, sino del servicio que *booking* le ha ofrecido.

Las quejas de usuarios lusoparlantes analizadas en este apartado tienen una estructura similar a las de los hispanohablantes, ya que la mayoría son directas. Sin embargo, hay algunas quejas no confrontativas (14, 15) e indirectas (20). En general, las estrategias usadas al enunciar las quejas fueron la utilización de intensificadores, enunciar lo que les ocurrió, explicarlo con detalles, dar una instrucción moralizante, expresar desagrado por la situación y, sobre todo, usar palabras o expresiones que las atenúen.

En este sentido, aunque este trabajo sea breve y presente limitaciones, es posible señalar que las estrategias empleadas por hispano o lusoparlantes a la hora de quejarse de un servicio de hostelería por medio digital son similares. No obstante, es importante destacar que los hablantes de portugués son menos confrontativos en las quejas realizadas hacia alojamientos pequeños.

## CONSIDERACIONES FINALES

De esta investigación se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- El entorno virtual ofrece un sinfín de posibilidades para construir y explorar el comportamiento lingüístico y social. Es, sin lugar a duda, el principal encuentro global de información, y permite que estudiosos, sobre todo, del lenguaje se beneficien. Debido a esto, consiguen desarrollar una visión científica de los usos de la lengua en diferentes contextos, conforme los diversos intereses y necesidades individuales y sociales. Por ello, se decidió trabajar sobre este tema, tan relevante para la sociedad actual en la que tanta influencia ejerce la globalización.

- El acto de habla de queja es, al igual que cualquier otro, fundamental y merece atención, una vez que exige de los interlocutores el desarrollo y dominio de determinadas estrategias pragmáticas y es una realización lingüística habitual en la vida cotidiana.

- Al analizar los actos de habla de queja en los 20 comentarios de este trabajo, se nota que las variables idioma y tipo de alojamiento no son tan determinantes, ya que en los dos idiomas se adoptan estrategias similares. Se ha de destacar la prevalencia de atenuadores, como el empleo de la forma verbal condicional simple (futuro do pretérito, en portugués) y de expresiones que mitigan la queja del usuario en los casos de no querer ser tajante. En cambio, en los casos en los que se quiere manifestar enfado más firmemente se opta por la utilización de cuantificadores como el uso de adverbios de intensidad o prefijos que refuerzan lo dicho (mucho, súper), por ejemplo.

- Respecto a los componentes del acto de habla queja, según la clasificación de Pozo-Hurtado (2011), los usuarios de la plataforma tienen una relativa preferencia por el componente exhortativo que denota llamar la atención sobre la acción o sobre el causante de la molestia. De este modo, se opta, sobre todo, por enunciar la queja, explicar con detalles lo que ha ocurrido y dar una instrucción moralizante. En otros casos, se advierte, se amenaza o se ofende, pero de forma atenuada. Además, algunos clientes optan por usar el componente evaluativo. Y, en portugués, dos de ellos decidieron simplemente no confrontar, sino que solo expresan su sentimiento hacia lo que les incomodó. En general, teniendo en cuenta las características peculiares del entorno en el que se circunscribe la comunicación, se prefiere el acto de queja directo.

Para terminar, hay que añadir que este estudio presenta limitaciones, dado que se centra en un corpus exploratorio de cada una de las lenguas y no incluye todas las posibles representaciones del acto de queja. Desde un punto de vista metodológico, las futuras investigaciones podrían sacar a la luz las cuestiones relacionadas con la enseñanza de este acto de habla dentro del aprendizaje de español como lengua extranjera. También sería de relevancia tener en cuenta la (des)cortesía, así como, abarcar un corpus más extenso, hacer análisis cuantitativo, o estudiar otras variables como la del género de los autores de los comentarios, por ejemplo.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Austin, J. (1955). *Cómo hacer cosas con palabras*. Edición electrónica de [www.philosophia.cl](http://www.philosophia.cl) / Escuela de Filosofía Universidad ARCIS.
- Escandell Vidal, M.V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Planeta.
- Gil, A. C. (2002) Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas.
- Moreiro, R. (2012). Filosofia da linguagem: a intencionalidade em Austin e Searle. *Revista Entrelinhas*, 6, (1), 56-70
- Hernández-Sampieri, R.; Fernández Collado, C y Baptista Lucio, P. (2014) Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Pozo-Hurtado, M. (2011). *La queja indirecta y la respuesta a la queja indirecta*: comparación entre el dialecto peninsular y el dialecto peruano. [Trabajo final de master, Máster en Artes, Faculty of The University of Georgia].
- Ridao, S. (2020). Actos de habla expresivos en la red social Facebook. *ONOMÁZEIN: Revista de lingüística, filología y traducción*, (47), 225-239.
- Searle, J. (1969). *Speech acts: an essay on the philosophy of language*, Cambridge: University Press.
- Silva, J. E. (2022). *El acto de habla de la felicitación en español y portugués en entornos virtuales*: reflexiones teóricas e implicaciones didácticas en el aula de ELE para brasileños. [Trabajo final de máster, Máster en Español como Lengua Extranjera, Universidad de Valladolid].
- Sperber, D. y Wilson, D. (1986). *Relevance: communication and cognition*, Oxford: Blackwell.