

Grado en Estudios Hispánicos

CIESE-Comillas

Año académico 2024/25

Estrategias de intensificación crítica:
Análisis de los mecanismos
discursivos en las reseñas negativas
de hoteles en Cantabria.

Trabajo realizado por: Lucía Sánchez Arroyo

Dirigido por: Santiago González Fuente

RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado analiza las estrategias lingüísticas de intensificación utilizadas en reseñas negativas de hoteles en Cantabria publicadas en TripAdvisor. A partir de un corpus compuesto por 100 reseñas, se identifican los mecanismos discursivos que los usuarios emplean para amplificar el tono crítico de sus valoraciones. Mediante una metodología mixta que combina la Lingüística de Corpus con el Análisis Crítico del Discurso, se examinan recursos léxicos, sintácticos y pragmáticos que se utilizan en las reseñas. El análisis revela una alta frecuencia de intensificadores como adjetivos hiperbólicos, estructuras comparativas, repeticiones enfáticas y construcciones exclamativas, así como narrativas emocionales y apelaciones comunitarias. Estas estrategias cumplen funciones argumentativas, persuasivas y sociales, y contribuyen a modelar la percepción del lector y a legitimar la crítica. Estos resultados subrayan la relevancia de la intensificación en el discurso digital como herramienta de empoderamiento del consumidor y de construcción de reputación en el sector turístico.

PALABRAS CLAVE Lingüística, Lingüística de corpus, Análisis del discurso, reseña, intensificación, crítica, TripAdvisor, hoteles, Cantabria.

ABSTRACT

This undergraduate thesis analyzes the linguistic intensification strategies found in negative hotel reviews from Cantabria, published on TripAdvisor. Using a corpus of 100 reviews, the study identifies and categorizes the discursive mechanisms employed by users to amplify the critical tone of their comments. A mixed-method approach combining Corpus Linguistics and Critical Discourse Analysis reveals frequent use of lexical, syntactic, and pragmatic intensifiers that are used in these reviews. These include hyperbolic adjectives, comparative structures, emphatic repetitions, and exclamatory constructions, along with emotional narratives and collective appeals. Such strategies serve argumentative, persuasive, and social purposes, influencing reader perception and legitimizing criticism. Findings highlight the importance of intensification in digital discourse as a tool for consumer empowerment and reputation shaping within the tourism sector.

KEYWORDS Linguistics, Corpus Linguistics, Discourse Analysis, Review, Intensification, Criticism, TripAdvisor, Hotels, Cantabria.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. La intensificación	5
2.1.1. Aportaciones al estudio de la intensificación desde la gramática, la semántica y la pragmática	10
2.2. Las reseñas de TripAdvisor	12
2.2.1. El discurso digital	12
2.2.2. Las reseñas online como género discursivo digital	13
2.2.3. La crítica en las reseñas de TripAdvisor	15
2.3. Sociología del consumo: el márketing digital	16
2.4. La intensificación en el discurso digital	17
3. METODOLOGÍA	19
3.1. Enfoque del estudio	19
3.2. Selección del corpus y criterios de inclusión	20
3.3. Procedimiento de análisis	21
4. RESULTADOS	23
4.1. Descripción general de los datos	25
4.2. Análisis de las estrategias de intensificación crítica	29
4.2.1. Frecuencia de uso por categoría	29
4.2.2. Tendencias discursivas	36
4.3. Casos representativos	37
4.3.1. Ejemplos destacados de estrategias léxicas	37
4.3.2. Ejemplos destacados de estrategias sintácticas	40
4.3.3. Ejemplos destacados de estrategias pragmáticas	42
4.4. Resumen de hallazgos	45
5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	46
6. REFERENCIAS	49
7. ANEXO	50
7.1. Corpus de reseñas	50

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, las plataformas digitales se han convertido en espacios fundamentales para la expresión de opiniones y experiencias personales, generando nuevas dinámicas de interacción entre consumidores y empresas. En el sector turístico, esta transformación ha sido especialmente significativa. Sitios como TripAdvisor permiten a los usuarios compartir reseñas que no solo informan a otros potenciales clientes, sino que también inciden directamente en la reputación y posicionamiento de los establecimientos evaluados.

Dentro de este entorno digital, las reseñas negativas ocupan un lugar particular. No se limitan a describir experiencias insatisfactorias, sino que, en muchos casos, despliegan un abanico de recursos lingüísticos que refuerzan la intensidad del mensaje. Estos mecanismos no son decorativos: tienen funciones argumentativas, expresivas y sociales que influyen en el lector y en la credibilidad del texto. La crítica digital, especialmente cuando está cargada de énfasis, puede ejercer un notable poder persuasivo y moldear la imagen pública de una empresa de manera duradera.

Este Trabajo de Fin de Grado se propone analizar las estrategias lingüísticas de intensificación presentes en un corpus de reseñas negativas publicadas en TripAdvisor¹ sobre hoteles en Cantabria. El objetivo general es describir y clasificar los recursos que los usuarios emplean para amplificar sus quejas, entendiendo la intensificación como un fenómeno pragmático que refuerza la expresividad y la fuerza ilocutiva del discurso. Asimismo, se explorará cómo estos recursos contribuyen a la construcción de posicionamientos subjetivos, relaciones interpersonales implícitas y efectos persuasivos sobre el lector.

A partir de este enfoque, se plantean los siguientes objetivos específicos: compilar y delimitar un corpus representativo de reseñas negativas en el ámbito hotelero de Cantabria, identificar las principales estrategias de intensificación crítica presentes en el corpus, y clasificarlas según su naturaleza léxica, sintáctica y pragmática, atendiendo a su frecuencia de uso y función discursiva.

¹ La elección de TripAdvisor se debe a su relevancia en el sector turístico como una de las principales plataformas de referencia para la consulta y publicación de opiniones de usuarios.

La investigación se articula a través de una metodología mixta que combina herramientas cuantitativas, basadas en la lingüística de corpus, con un enfoque cualitativo de inspiración crítica. El análisis se desarrollará sobre un corpus de 100 reseñas seleccionadas según criterios concretos, y se emplearán técnicas de análisis léxico y discursivo para estudiar la presencia y función de los intensificadores.

La estructura del trabajo se organiza en cuatro capítulos. En primer lugar, se presenta el marco teórico, donde se revisan los principales conceptos vinculados a la intensificación lingüística, el discurso digital y el género de las reseñas online. En segundo lugar, se expone el diseño metodológico, incluyendo la construcción del corpus, los criterios de selección y las técnicas de análisis utilizadas. El tercer capítulo recoge los resultados obtenidos, destacando las estrategias más frecuentes y su distribución en el corpus. Finalmente, en las conclusiones se interpretan los hallazgos a la luz de los objetivos planteados y se propone una reflexión sobre la función social de las reseñas digitales como herramientas de empoderamiento del consumidor.

2. MARCO TEÓRICO

El presente marco teórico tiene como objetivo fundamentar conceptualmente el análisis de las estrategias de intensificación crítica en las reseñas negativas de hoteles en Cantabria, abordando los principales aportes desde la lingüística, la pragmática y el estudio del discurso digital. Para ello, se revisan las definiciones y tipologías del fenómeno de la intensificación, así como su funcionamiento en diferentes niveles del lenguaje. Asimismo, se contextualiza el análisis en el entorno específico de las reseñas publicadas en plataformas como TripAdvisor, entendidas como un género discursivo emergente dentro del ecosistema comunicativo digital. Esta revisión teórica permitirá establecer las bases analíticas necesarias para interpretar las funciones comunicativas y sociales de los mecanismos intensificadores empleados por los usuarios en sus valoraciones negativas.

2.1. La intensificación

La intensificación lingüística es un fenómeno ampliamente estudiado en la pragmática y el análisis del discurso. Su estudio permite comprender cómo los hablantes

refuerzan la expresividad de sus enunciados para lograr diversos efectos comunicativos, ya sea en el ámbito argumentativo, social o cognitivo. Este marco teórico toma como principales referencias las contribuciones fundamentales de Marta Albelda Marco (2007), Antonio Briz (1998, 2017) y otros investigadores del Grupo Val.Es.Co., quienes han analizado la intensificación desde un enfoque pragmático, destacando su papel estratégico en la interacción oral.

En su tesis doctoral y trabajos posteriores, Albelda (2007) propone entender la intensificación como una categoría pragmática que trasciende el mero aumento cuantitativo o cualitativo del significado. La autora establece que la verdadera esencia de la intensificación reside en su capacidad para modificar los supuestos que el hablante atribuye a su interlocutor. Este enfoque muestra que intensificar no es solo añadir énfasis, sino una estrategia para modificar las creencias del oyente. Este enfoque ayuda a entender por qué expresiones similares pueden tener efectos distintos según el contexto en que se usen.

La intensificación verbal no debe entenderse únicamente como un recurso expresivo del discurso, sino como una estrategia pragmática con múltiples funciones comunicativas. Los estudios más recientes, particularmente los desarrollados por el Grupo Val.Es.Co., revelan su naturaleza multifuncional como herramienta estratégica fundamental en la interacción humana. Lejos de limitarse a aspectos gramaticales o semánticos, la intensificación se erige como un mecanismo pragmático complejo que opera simultáneamente en tres dimensiones interconectadas: la argumentación, la gestión social y los procesos cognitivos compartidos.

Diversos estudios pragmáticos (Briz, 2017; Albelda, 2007) han identificado tres dimensiones clave en el uso de la intensificación lingüística: argumentativa, social y cognitiva. Estas dimensiones no actúan de forma aislada, sino que suelen superponerse y reforzarse mutuamente, especialmente en géneros discursivos como las reseñas digitales, donde el hablante busca persuadir, posicionarse socialmente y modelar la interpretación del lector.

Desde la perspectiva argumentativa, la intensificación refuerza la fuerza ilocutiva del mensaje, aumentando su impacto persuasivo. En el caso de las reseñas negativas, expresiones como “es absolutamente inaceptable” o “fue el peor hotel en el que he estado

en mi vida” no solo comunican insatisfacción, sino que buscan presentar esa opinión como incuestionable, dotándola de autoridad discursiva.

En su dimensión social, la intensificación actúa como herramienta para gestionar la imagen del hablante. En contextos digitales, esto se traduce tanto en estrategias de legitimación de la queja (“jamás me habían tratado con tanta falta de respeto”) como en la creación de solidaridad con otros usuarios, mediante recursos que apelan a una experiencia colectiva (“a nadie le recomendaría pasar por esto”). Así, el emisor no solo expresa frustración, sino que construye su rol como consumidor informado y portavoz de un malestar compartido.

Finalmente, desde una perspectiva cognitiva, la intensificación permite al hablante anticipar y modular la interpretación del receptor. Al usar fórmulas como “una auténtica estafa” o “esto no tiene nombre”, el reseñador presupone que el lector podría no captar inicialmente la gravedad de la experiencia, y por ello amplifica el mensaje para guiar su percepción. Esta función es clave en la comunicación digital asincrónica, donde el impacto debe ser inmediato y sin posibilidad de ajuste interactivo.

Estas tres dimensiones resultan especialmente útiles para analizar cómo los usuarios de plataformas como TripAdvisor construyen un discurso de queja enfático y eficaz. Lejos de ser simples elementos estilísticos, los intensificadores permiten al hablante construir autoridad, alinear emocionalmente al lector y maximizar el efecto de la crítica.

Los estudios más recientes del Grupo Val.Es.Co. han profundizado en cómo estos usos funcionales de la intensificación varían según factores como el género, la edad o el contexto sociocultural. Por ejemplo, se ha observado que los jóvenes utilizan la intensificación no solo como recurso expresivo, sino como marcador identitario grupal, mientras que en contextos profesionales suele emplearse con mayor mesura para mantener el equilibrio entre persuasión y cortesía institucional.

Un aspecto fundamental que emerge de estos estudios es la naturaleza contextual y situada de la intensificación. Como señala Albelda en su análisis de conversaciones espontáneas, un mismo recurso lingüístico puede funcionar como intensificador en un contexto y pasar desapercibido en otro. Esto se debe a que la intensificación no reside exclusivamente en las formas lingüísticas empleadas, sino en la relación dinámica entre

estas formas, la intención del hablante y la interpretación del oyente dentro de un marco interactivo específico. La prosodia, por ejemplo, juega un papel determinante en este proceso, ya que una misma expresión puede variar su valor intensificador según su entonación, ritmo o volumen.

Por otro lado, según Marta Albelda, se pueden distinguir diversas formas de intensificación en función del nivel lingüístico en el que se produce:

1) En primer lugar, la intensificación léxica se basa en el uso de palabras que incrementan la fuerza expresiva del discurso, como los adverbios intensificadores “muy”, “sumamente” o “extremadamente”, así como los adjetivos valorativos y las expresiones enfáticas que subrayan una cualidad con mayor intensidad.

2) Otra forma de intensificación es la morfológica, que se produce mediante la modificación de palabras a través de sufijos y prefijos. Ejemplos claros son los sufijos como “-ísimo” en palabras como “buenísimo” o “altísimo”, que refuerzan el grado de un adjetivo, y los prefijos como “re-” y “super-” en términos como “rebueno” o “superimportante”, los cuales añaden una mayor intensidad al significado original de la palabra.

3) En el ámbito sintáctico, la intensificación se lleva a cabo a través de la construcción de estructuras que resaltan el contenido del enunciado. La repetición de palabras o enunciados, como en “muy, muy difícil”, permite enfatizar una idea, al igual que las comparaciones exageradas, tales como “tan grande como un elefante”. Además, las exclamaciones como “¡Qué maravilla!” o “¡Es increíble!” aportan un énfasis adicional, realzando la carga expresiva del mensaje.

4) Por último, la intensificación prosódica se da en la oralidad y se manifiesta a través de la entonación, el volumen, las pausas y la prolongación de ciertos sonidos. Un hablante puede elevar la voz o alargar una sílaba para dar mayor impacto a sus palabras, reforzando así la emoción o la intención comunicativa. Estos recursos permiten que la intensificación sea un elemento clave en la interacción, ya que no solo cumplen una función expresiva, sino que también facilitan la persuasión, la conexión entre interlocutores y la estructuración del discurso de manera más efectiva.

Estas formas de intensificación se combinan frecuentemente en las reseñas para construir un discurso de queja más contundente.² Su análisis integrado permite no solo identificar patrones recurrentes, sino también comprender cómo los usuarios construyen autoridad, credibilidad y emoción mediante el lenguaje. Esta perspectiva funcional servirá como base para el análisis del corpus que se presenta en los capítulos posteriores.

El alcance de la intensificación se extiende más allá del ámbito interpersonal para influir en la construcción de identidades sociales. Los trabajos de Briz y Albelda revelan cómo los hablantes utilizan la intensificación para posicionarse dentro de grupos sociales, marcando pertenencia o distancia. En el habla juvenil, por ejemplo, la intensificación mediante determinadas expresiones o recursos prosódicos funciona como marcador identitario, mientras que en contextos profesionales puede servir para establecer autoridad o expertise. Esta plasticidad funcional es lo que hace de la intensificación un fenómeno tan ubicuo y esencial en la comunicación humana. Esto se puede extrapolar al contexto de las reseñas digitales, donde los usuarios se presentan como clientes informados y empoderados, y el uso de fórmulas hiperbólicas o categóricas (“una vergüenza absoluta”, “no debería tener ni una estrella”) refuerza esa identidad crítica.

La investigación reciente del Grupo Val.Es.Co. ha ampliado aún más nuestro entendimiento del alcance de la intensificación al demostrar su papel en la gestión de la imagen social (facework). Los hablantes no solo intensifican para transmitir información, sino para gestionar cuidadosamente su propia imagen y la de sus interlocutores. Este aspecto relacional de la intensificación explica su presencia constante en actos de habla como los cumplidos, las críticas o las disculpas, donde el manejo de las relaciones interpersonales es tan importante como el contenido proposicional.

En este apartado se ha presentado la intensificación lingüística como un fenómeno pragmático de gran complejidad, que cumple funciones argumentativas, sociales y cognitivas. Esta triple dimensión será clave para analizar cómo los usuarios de TripAdvisor refuerzan su crítica a través del lenguaje, tema que se desarrollará en los capítulos de resultados y discusión.

² Véase Crespo Fernández (2011) para un análisis detallado de los mecanismos lingüísticos de intensificación en discursos publicitarios desde una perspectiva semántico-pragmática.

2.1.1. Aportaciones al estudio de la intensificación desde la gramática, la semántica y la pragmática: un análisis de investigación.

El fenómeno de la intensificación lingüística ha sido objeto de estudio desde diversas perspectivas teóricas, incluyendo la gramática, la semántica y la pragmática. Investigaciones en estos ámbitos han permitido establecer una caracterización detallada de los mecanismos lingüísticos que intervienen en la intensificación y su función dentro de la comunicación. A partir del análisis de estudios previos y de datos extraídos de corpus lingüísticos, se busca en este trabajo ofrecer una visión integral sobre el fenómeno, considerando sus manifestaciones formales y su impacto en la interacción discursiva.

Desde la perspectiva gramatical, la intensificación ha sido abordada como un proceso que opera a través de la morfología y la sintaxis. Bolinger (1972) fue uno de los primeros en señalar la existencia de un sistema graduable dentro del lenguaje que permite aumentar o disminuir la intensidad de un enunciado. Investigaciones más recientes, como las de Paradis (2008), han analizado cómo los afijos intensificadores, tales como el sufijo "-ísimo" en español o los prefijos "re-" y "super-", contribuyen a la modificación del significado de los adjetivos y adverbios, generando grados superlativos de cualidad. En el ámbito sintáctico, la repetición y el uso de construcciones exclamativas han sido identificados como estrategias que aumentan la intensidad del mensaje (Lorenz, 2002). Estas estructuras sintácticas no solo cumplen una función de refuerzo, sino que también pueden modificar la percepción del mensaje en función del contexto discursivo.

Desde el enfoque semántico, la intensificación ha sido analizada en términos de escalas de gradación y modulación del significado. Quirk et al. (1985) destacaron la existencia de intensificadores de refuerzo absoluto (como “completamente” o “totalmente”) y de refuerzo relativo (como “bastante” o “un poco”), los cuales permiten matizar el significado de los enunciados. Además, estudios como los de Kennedy & McNally (2005) han explorado la interacción entre la intensificación y la subjetividad en el discurso, señalando que el uso de ciertos intensificadores puede introducir una carga evaluativa que influye en la interpretación del mensaje. En español, Albelda (2014) ha estudiado cómo la selección de intensificadores puede depender del registro lingüístico y del grado de implicación del hablante en el discurso, evidenciando diferencias en el uso de estos recursos entre el lenguaje coloquial y el formal.

En el ámbito pragmático, la intensificación se ha investigado en relación con la interacción y los efectos comunicativos que produce en el interlocutor. Brown y Levinson (1987), en su teoría de la cortesía, analizaron cómo los intensificadores pueden emplearse para reforzar la imagen positiva del hablante, generando mayor cercanía y empatía en la conversación. Aijmer (2011) destaca que, en contextos informales, los intensificadores funcionan como marcadores de implicación emocional, mientras que en discursos argumentativos contribuyen a enfatizar la credibilidad de una afirmación. Asimismo, estudios recientes de Partington (2019) han demostrado que la intensificación no solo cumple un rol expresivo, sino que también puede tener una función estratégica en la manipulación del discurso, especialmente en el lenguaje político y publicitario.

Metodológicamente, el análisis de la intensificación se ha beneficiado del uso de corpus lingüísticos y herramientas computacionales para examinar la frecuencia y el contexto de uso de los intensificadores. Trabajos como los de Tagliamonte & Roberts (2005) han empleado bases de datos textuales para identificar patrones de variación en el uso de intensificadores según factores como la edad, el género y la comunidad de habla. En el caso del español, estudios basados en el Corpus de Referencia del Español Actual (CREA) han permitido observar tendencias en la evolución de los intensificadores y su distribución en distintos registros discursivos (Albelda & Cifuentes, 2019).

En conclusión, la intensificación lingüística es un fenómeno complejo que involucra distintos niveles del lenguaje y desempeña un papel central en la comunicación. Desde la gramática, se han identificado mecanismos morfológicos y sintácticos que permiten la expresión de distintos grados de intensidad. En la semántica, se han analizado las escalas de significado y la carga subjetiva de los intensificadores. Finalmente, en la pragmática, se ha explorado el impacto de la intensificación en la interacción comunicativa y en la construcción del discurso. La combinación de estos enfoques ha permitido desarrollar una comprensión más precisa del fenómeno y su relevancia en el estudio del lenguaje. Investigaciones futuras podrían centrarse en la variación diacrónica de los intensificadores y en su uso en nuevas formas de comunicación digital, donde la intensificación adopta estrategias novedosas, como la repetición gráfica y el uso de emoticonos para reforzar la expresividad del mensaje.

Este recorrido por los enfoques gramatical, semántico y pragmático ha permitido establecer una visión integral del fenómeno de la intensificación. Se han identificado los

mecanismos formales que lo sustentan y sus implicaciones comunicativas. Esta perspectiva teórica proporciona las herramientas necesarias para analizar los recursos empleados en el corpus desde una óptica lingüística rigurosa.

2.2. Las reseñas de TripAdvisor

El auge de las plataformas digitales ha transformado la comunicación en el sector turístico, dando lugar a nuevos géneros discursivos como las reseñas en TripAdvisor. Estas reseñas combinan funciones informativas, prescriptivas y persuasivas, y se han convertido en un recurso clave para la toma de decisiones turísticas (Colantonio, 2022; Hidalgo Downing, 2020). En este apartado del marco teórico, se pretende explorar las características lingüísticas, pragmáticas y sociales de las reseñas.

2.2.1. El discurso digital

El discurso digital constituye el entorno en el que se inscriben las reseñas online, y representa un marco fundamental para comprender los usos lingüísticos que emergen en plataformas como TripAdvisor. Este tipo de discurso se caracteriza por desarrollarse en espacios mediado-tecnológicos, donde convergen la inmediatez de la oralidad con la permanencia y edición propias de la escritura (Van Dijk, 2012; Castells, 2009). Lejos de ser un simple canal neutro, el entorno digital transforma profundamente las formas y funciones del lenguaje, dando lugar a nuevas convenciones expresivas, pragmáticas y sociales.³

Uno de los rasgos más destacados del discurso digital es su naturaleza participativa y horizontal, que permite a los usuarios pasar de receptores pasivos a productores activos de contenido. Hidalgo Downing (2019) señala que las plataformas digitales funcionan como espacios performativos en los que los hablantes no solo comunican, sino que también construyen y negocian su identidad discursiva. En el caso de las reseñas de hoteles, esto se traduce en usuarios que adoptan el rol de evaluadores expertos, narradores legítimos o incluso activistas del consumo, proyectando una imagen de autoridad y compromiso ante una audiencia pública.

En paralelo, Colantonio (2021) advierte que esta aparente democratización comunicativa no está exenta de condicionamientos. Las plataformas, aunque abiertas a la

³ Una revisión sistemática del estado del análisis del discurso digital en español puede encontrarse en Hidalgo-Tenorio y Lavid (2014), con especial atención a los enfoques teóricos y metodológicos actuales.

participación, imponen normas editoriales, jerarquías de visibilidad y mecanismos algorítmicos que afectan qué contenidos circulan y cuáles se destacan. Los algoritmos de visibilidad en plataformas como TripAdvisor también influyen en el estilo de las reseñas, favoreciendo textos breves y con lenguaje emocional.

El caso de TripAdvisor resulta particularmente ilustrativo: las reseñas no solo informan, sino que cumplen funciones argumentativas, prescriptivas y valorativas. Como el medio es asincrónico, los usuarios deben captar la atención desde el primer enunciado. Por eso recurren a hipérboles, signos de exclamación y apelaciones directas. Este tipo de lenguaje, intensificado en múltiples niveles, es parte integral del estilo digital adoptado por los reseñadores para legitimar su crítica y persuadir a futuros lectores.

Por último, cabe mencionar la investigación del grupo VALESCO (Universitat de València), que añade que la comunicación digital aporta una perspectiva complementaria al destacar cómo el discurso digital está transformando las prácticas lingüísticas cotidianas. Sus estudios revelan la emergencia de un "interlecto digital" que combina elementos de la comunicación oral y escrita, generando nuevas convenciones pragmáticas y estilísticas. Esta combinación de rasgos orales y escritos se observa con claridad en redes sociales y plataformas de mensajería.

El discurso digital se ha presentado como un entorno comunicativo específico que modifica los usos lingüísticos tradicionales, favoreciendo la expresividad, la inmediatez y la emocionalidad. Esta transformación influye directamente en la manera en que los usuarios formulan sus críticas en línea, lo que será determinante para interpretar las estrategias discursivas en las reseñas del corpus.

2.2.2. Las reseñas online como género discursivo digital

Las reseñas digitales se han consolidado como un género discursivo clave en la economía del turismo contemporáneo. En plataformas como TripAdvisor, los usuarios comparten valoraciones sobre su experiencia hotelera a través de textos que combinan funciones informativas, persuasivas y evaluativas. Este tipo de discurso adquiere una relevancia especial porque influye directamente en la reputación de los establecimientos y en la toma de decisiones de otros consumidores (Colantonio, 2022; Hidalgo Downing, 2020).

A nivel estructural, las reseñas constituyen un género híbrido que mezcla rasgos del relato personal con formas de argumentación directa. Su estilo tiende a lo subjetivo y expresivo, y se adapta a las normas implícitas de la comunicación digital: inmediatez, accesibilidad, impacto y brevedad. Como han señalado Hernández Toribio y Mariottini (2016), este tipo de textos incluye una gran diversidad de actos de habla —desde la queja y la advertencia, hasta la recomendación o la ironía—, lo que convierte a la reseña en un discurso pragmáticamente complejo, cargado de intencionalidad comunicativa.

Un rasgo distintivo del género es su marcado carácter evaluativo, que sitúa al usuario como autoridad informal sobre el servicio recibido. Este posicionamiento se construye discursivamente mediante estrategias que legitiman la experiencia narrada y buscan incidir en el lector. Las reseñas negativas, en particular, muestran una alta concentración de recursos retóricos destinados a enfatizar el descontento, como adjetivos intensificadores, metáforas hiperbólicas, estructuras exclamativas y apelaciones directas. Estas elecciones no solo expresan emoción, sino que construyen un ethos persuasivo que refuerza la credibilidad del hablante.

Además, el entorno digital favorece ciertas convenciones lingüísticas propias del medio, como el uso de mayúsculas para enfatizar, signos de puntuación repetidos (!!!, ...), o la inserción de elementos visuales que refuercen la evaluación (aunque no se analicen en este trabajo, son mencionados en el corpus). Estas formas se interpretan, como explica Hidalgo (2019), no como errores estilísticos, sino como parte de una nueva gramática comunicativa digital, que responde a necesidades específicas de impacto y expresividad.

Por otro lado, las reseñas online tienen un carácter dialógico e intersubjetivo, ya que se dirigen simultáneamente a múltiples destinatarios: al establecimiento evaluado, a otros usuarios, y a la comunidad digital en general. Esta “poliacroasis” (Albaladejo, 2010) convierte a la reseña en un acto comunicativo complejo, donde el hablante adapta su lenguaje para generar una conexión emocional con el lector y, al mismo tiempo, reforzar la gravedad o legitimidad de su queja.

Este componente dialógico y la visibilidad pública de las reseñas refuerzan su potencial performativo: escribir una mala reseña no solo es expresar malestar, sino ejercer presión simbólica sobre el hotel e influir en su imagen pública. De ahí que la elección de recursos intensificadores no sea arbitraria, sino estratégica: el usuario intensifica no solo para desahogarse, sino para lograr un efecto real.

En definitiva, las reseñas online constituyen un género discursivo que permite a los consumidores construir su autoridad mediante el lenguaje. La presencia de estrategias de intensificación se explica tanto por el carácter evaluativo del género como por las condiciones del entorno digital. Por ello, resulta fundamental analizar cómo se configuran estos recursos en los textos, y qué funciones cumplen dentro del acto de crítica en línea, objetivo central de este trabajo.

Este subapartado ha descrito las reseñas digitales como textos argumentativos con una fuerte carga subjetiva y valorativa, que emplean múltiples actos de habla para legitimar la experiencia narrada. El uso de recursos intensificadores en este género se comprende como una estrategia para reforzar la credibilidad del hablante, aspecto central en el análisis que se realizará en los capítulos siguientes.

2.2.3. La crítica en las reseñas de TripAdvisor

Las reseñas críticas en Tripadvisor representan un fenómeno clave en la comunicación digital, donde los usuarios expresan su insatisfacción con servicios hoteleros mediante estrategias lingüísticas y discursivas específicas. Hidalgo Downing (2022), se centra en el análisis pragmático-discursivo de las quejas como actos comunicativos en el contexto digital. Las reseñas negativas, que representan el 34,17% del corpus analizado, se configuran como actividades comunicativas complejas donde los usuarios articulan su insatisfacción mediante estrategias lingüísticas específicas. Desde la perspectiva pragmática, estas quejas se entienden como actos reactivos ante expectativas incumplidas (Olshtain & Weinbach, 1987), pero adaptados al entorno digital donde adquieren características particulares. Los autores construyen sus críticas mediante secuencias discursivas que combinan recursos léxico-gramaticales como adjetivación negativa intensificada ("horrible", "un desastre"), aseveraciones con valencia negativa que enumeran fallos concretos del servicio, y formas hiperbólicas ("el peor hotel"). Estas estrategias se complementan con elementos pragmático-discursivos como referencias directas al personal del hotel (quejas personalizadas), menciones al nombre de la cadena hotelera (para dañar su imagen corporativa) y consejos disuasorios dirigidos a futuros clientes ("no lo recomiendo").

Un aspecto clave es que estas críticas digitales difieren de las quejas tradicionales en su finalidad comunicativa: mientras en interacciones cara a cara se busca reparación, en TripAdvisor predominan las funciones de desahogo emocional y advertencia colectiva.

Esto se relaciona con el concepto de "audiencia múltiple" (Goffman, 1981), donde las reseñas se dirigen simultáneamente a los hoteles (destinatarios directos), a otros viajeros (destinatarios indirectos) y a una "comunidad imaginada" de usuarios potenciales (Marwick & Boyd, 2011). La plataforma facilita lo que Albaladejo (2010) denomina "poliacroasis", permitiendo que un mismo mensaje sea interpretado por receptores con roles diversos. La crítica se ve potenciada por la naturaleza pública y permanente del medio digital, donde elementos multimodales (como fotos de desperfectos) sirven como evidencias que legitiman la queja.

El estudio contrasta estas dinámicas con las reseñas positivas, mostrando cómo la plataforma ha generado nuevos géneros discursivos donde los usuarios negocian su posición como consumidores empoderados. Las críticas en TripAdvisor no son actos aislados, sino prácticas sociales que reflejan la transformación de las relaciones empresa-cliente en la era digital, donde el "boca a boca electrónico" (E-WoM) tiene un impacto directo en la reputación de los servicios turísticos. La investigación de Hidalgo Downing demuestra que estas prácticas responden a una adaptabilidad pragmática (Verschuere, 1999), donde los usuarios seleccionan recursos lingüísticos según las posibilidades y limitaciones del medio digital, creando un estilo comunicativo caracterizado por la expresividad emocional y la orientación persuasiva hacia múltiples audiencias.

En este punto se han analizado las críticas digitales como actos comunicativos complejos, dirigidos a múltiples destinatarios, y marcados por la expresividad y la performatividad. Se ha mostrado cómo las reseñas negativas transforman la queja individual en una advertencia pública, lo cual potencia el uso de mecanismos de intensificación, foco del presente trabajo.

2.3. La sociología del consumo

La sociología del consumo aborda el estudio de las prácticas de consumo como fenómenos sociales y culturales que trascienden la mera adquisición de bienes, revelando su papel en la construcción de identidades, la reproducción de desigualdades y la configuración de las relaciones de poder en la sociedad. En la sociedad contemporánea, el consumo se ha transformado en una práctica no solo económica, sino también cultural y comunicativa. Las decisiones de compra, las valoraciones públicas y las experiencias compartidas en entornos digitales forman parte de lo que puede denominarse una

dimensión simbólica del consumo, donde las reseñas negativas actúan como manifestaciones de descontento que pueden influir en la imagen pública de un hotel.

Desde esta perspectiva, las reseñas digitales pueden entenderse como un espacio de confrontación simbólica entre el consumidor y la empresa. Al dejar constancia escrita de una mala experiencia, el usuario no solo busca advertir a otros, sino también reivindicar su derecho a una atención adecuada. Esta función va más allá de la simple expresión de descontento: implica una acción performativa que puede afectar directamente la reputación de un hotel y su posicionamiento en plataformas como TripAdvisor.

Así, el acto de escribir una reseña negativa se convierte en una forma de intervención pública donde el lenguaje adquiere un valor estratégico. El uso de intensificadores léxicos, estructuras exclamativas o hipérboles no es casual, sino que responde a una necesidad de reforzar el impacto de la crítica en un entorno saturado de opiniones. De este modo, la intensificación funciona como un recurso que amplifica el poder simbólico del consumidor, dándole visibilidad y capacidad de influencia.

Este enfoque sociológico complementa el análisis lingüístico al mostrar que la crítica digital no es solo un fenómeno textual, sino también una práctica social con implicaciones en la relación entre usuarios, empresas y audiencias. Por ello, comprender cómo se construyen discursivamente estas reseñas permite desentrañar no solo las estrategias retóricas empleadas, sino también las dinámicas de poder que subyacen a la comunicación turística en la era digital.

Desde una perspectiva sociológica, se ha interpretado la reseña digital como una forma de empoderamiento del consumidor y de intervención simbólica en la reputación de las empresas. Esta visión refuerza la importancia de la intensificación como estrategia discursiva para aumentar el impacto y la visibilidad de la crítica en contextos de mercado digitalizado.

2.4. La intensificación en el discurso digital

En el entorno digital, la intensificación lingüística adquiere nuevas formas, funciones y recursos. Albelda (2007, 2010) y Briz & Albelda (2019) destacan que la intensificación no se limita a reforzar la expresividad del hablante, sino que actúa como un mecanismo pragmático clave para marcar compromiso con lo dicho, captar la atención

del receptor y destacar información relevante en contextos de alta competencia comunicativa. En el caso de las reseñas online, estos efectos se vuelven especialmente importantes, ya que el texto no solo transmite una experiencia, sino que busca persuadir y posicionar socialmente al emisor.

A diferencia de la oralidad cara a cara, el discurso digital exige que el impacto del mensaje se produzca de forma inmediata, sin posibilidad de reformulación directa. Por ello, como señalan Hernández Toribio y Mariottini (2016), los usuarios de plataformas como TripAdvisor recurren sistemáticamente a estrategias de intensificación multimodal, que combinan recursos lingüísticos tradicionales (como adjetivos evaluativos o estructuras exclamativas) con formas propias del medio digital: uso de mayúsculas, signos de exclamación múltiples, repeticiones gráficas o puntuación emocional. Estos mecanismos permiten aumentar la fuerza ilocutiva del mensaje y construir un tono crítico enfático sin recurrir a largos desarrollos argumentativos.

Mancera Rueda (2018) profundiza en este fenómeno desde una perspectiva sociolingüística, y demuestra que la intensificación en entornos digitales no es una simple traslación de recursos orales al medio escrito, sino un repertorio emergente con convenciones propias. En su análisis, destaca que los hablantes adaptan sus estrategias en función del contexto discursivo, el público destinatario y los códigos compartidos por la comunidad digital. En el caso de las reseñas hoteleras, esto se traduce en un estilo marcado por la emocionalidad, la subjetividad y la condensación evaluativa.

Esta intensificación digitalizada cumple también una función social. Según Albelda, no solo refuerza el contenido, sino que permite a los usuarios proyectar una identidad discursiva clara: la del consumidor informado, indignado, comprometido con advertir a otros. El uso enfático de expresiones como “jamás volveré”, “una auténtica estafa” o “vergonzoso e inaceptable” no es solo un desahogo emocional, sino una forma de posicionarse ante una comunidad de lectores con quienes se espera establecer una alianza.

Además, como observa Colantonio (2022), esta intensificación tiene un valor estratégico dentro de una lógica algorítmica. En un entorno en el que la visibilidad depende, en parte, del impacto y la interacción generada por el contenido, los usuarios intensifican sus mensajes no solo para ser leídos, sino para ser creídos, compartidos y destacados. En este sentido, el uso de intensificadores no es solo lingüístico, sino también

performativo: busca generar una reacción, influir en la reputación del hotel y contribuir a la circulación del mensaje en el ecosistema digital.

En conclusión, la intensificación en el discurso digital no debe entenderse como un simple aumento del énfasis, sino como una estrategia compleja y situada, que articula funciones argumentativas, identitarias y sociales. Analizar cómo se concreta en las reseñas negativas permite comprender mejor el modo en que los usuarios construyen sus valoraciones críticas, y por qué estas logran, en muchos casos, un impacto tan significativo.

En este último bloque se ha profundizado en las formas específicas que adopta la intensificación en entornos digitales, como el uso de mayúsculas, repeticiones gráficas o puntuación emocional. Estas prácticas, propias del “interlecto digital”, evidencian que la intensificación cumple funciones persuasivas, identitarias y sociales, que serán analizadas en detalle en los capítulos de resultados y discusión.

3. METODOLOGÍA

El presente estudio se desarrolla bajo un enfoque metodológico mixto para analizar las estrategias de intensificación crítica presentes en reseñas negativas de hoteles en Cantabria publicadas en TripAdvisor. La investigación se fundamenta en los principios del análisis del discurso digital y la lingüística de corpus, tomando como referencia trabajos previos⁴ sobre intensificación pragmática y comunicación en entornos digitales. El diseño metodológico sigue un proceso sistemático que abarca desde la construcción del corpus hasta el análisis e interpretación de los datos, garantizando así la validez y fiabilidad de los resultados.

3.1. Enfoque metodológico: Análisis Crítico del Discurso y Lingüística de Corpus

El presente trabajo y su metodología se enmarcan dentro del análisis del discurso digital, disciplina que estudia el uso del lenguaje en contextos de comunicación mediados tecnológicamente. El análisis se compone de una parte cuantitativa fundamentada en la

⁴ Véase Zubkovskii, A. (2019). *Los aspectos pragmáticos de la comunicación en el ámbito de las opiniones en línea sobre hoteles y las respuestas de hoteles a las opiniones*. Trabajo de Fin de Máster, Universidad de Tartu, para una descripción detallada del discurso evaluativo-informativo y las características pragmáticas de las opiniones hoteleras en plataformas digitales.

Lingüística de Corpus y una parte interpretativa basada en el Análisis Crítico del Discurso, enfoques que se complementan para ofrecer una visión exhaustiva de las estrategias de intensificación crítica en las reseñas hoteleras.

La Lingüística de Corpus, como metodología central de esta investigación, permite el análisis sistemático de grandes volúmenes de datos lingüísticos mediante técnicas computacionales (McEnery & Hardie, 2012). En este estudio, se ha construido un corpus especializado, compuesto por reseñas negativas de hoteles en Cantabria extraídas de TripAdvisor, que será analizado mediante herramientas de procesamiento del lenguaje natural para identificar patrones léxicos, frecuencias de uso y colocaciones significativas. Este enfoque mixto posibilita la detección objetiva de las estrategias lingüísticas más recurrentes en la construcción del discurso crítico, así como su distribución y frecuencia de uso.

Complementariamente, el Análisis Crítico del Discurso (Fairclough, 1992) aporta el marco teórico para interpretar las funciones sociales y comunicativas de estas estrategias de intensificación. Este enfoque permite examinar cómo los usuarios negocian su posición como consumidores a través del lenguaje, construyen relaciones de poder asimétricas con los establecimientos hoteleros y legitiman sus críticas mediante recursos discursivos específicos. Se prestará particular atención a los mecanismos de persuasión, las estrategias de atenuación o intensificación de la crítica y los procesos de construcción de credibilidad en el contexto de las reseñas online.

Esta doble perspectiva resulta particularmente valiosa para analizar fenómenos como el uso estratégico de adjetivos valorativos, las estructuras sintácticas que refuerzan la negatividad o los marcadores pragmáticos que contribuyen a la persuasión del lector. El corpus, cuya composición y características se detallarán en el siguiente apartado, ha sido diseñado específicamente para permitir este tipo de análisis multidimensional, garantizando al mismo tiempo la representatividad de los datos y la validez de las conclusiones que se deriven de su estudio.

3.2. Materiales: diseño del corpus.

Para la realización de este estudio se diseñó un corpus especializado compuesto por reseñas negativas de hoteles en Cantabria extraídas exclusivamente de la plataforma TripAdvisor. La selección del material siguió criterios rigurosos de inclusión basados en

tres factores principales: la valoración asignada (únicamente reseñas de 1 y 2 estrellas), la extensión del texto (mínimo 30 palabras para asegurar contenido discursivo suficiente para el análisis) y la temporalidad (publicadas entre enero de 2020 y diciembre de 2024).

Un aspecto metodológico relevante fue el proceso de normalización y preparación del corpus. Todas las reseñas fueron sometidas a un protocolo de limpieza que incluyó la eliminación de información personal (nombres de usuarios y referencias identificables a establecimientos). No obstante, no se realizaron correcciones ortográficas ni gramaticales, con el objetivo de preservar la autenticidad del lenguaje empleado por los usuarios y respetar las características propias del discurso digital espontáneo. En esta misma línea, se conservaron intactas las particularidades lingüísticas propias del registro digital, como el uso de mayúsculas enfáticas, repeticiones de signos de puntuación o emoticonos, considerados elementos discursivos relevantes para el estudio.

Cabe destacar que, a diferencia de investigaciones que analizan tanto comentarios positivos como negativos, este trabajo se centró exclusivamente en las valoraciones negativas. Esta delimitación respondió al objetivo específico de examinar los mecanismos de intensificación crítica, prescindiendo del contraste con otros tipos de discurso evaluativo. La versión íntegra del corpus puede consultarse en el anexo 7.1, donde se incluyen las 100 reseñas seleccionadas, presentadas en su formato original. Este material constituye la base empírica sobre la que se desarrolla el análisis cualitativo y cuantitativo presentado en los capítulos siguientes.

3.3. Procedimiento de análisis

El proceso analítico de esta investigación siguió una metodología sistemática estructurada en tres etapas fundamentales: preparación del corpus, análisis cuantitativo e interpretación cualitativa. Este enfoque secuencial permitió examinar exhaustivamente las estrategias de intensificación crítica presentes en las reseñas hoteleras de Cantabria.

La fase inicial consistió en la preparación y normalización del corpus. Tras su recopilación, las 100 reseñas seleccionadas fueron sometidas a un proceso de limpieza textual que incluyó la estandarización de formatos y la eliminación de elementos no verbales (como emoticonos o imágenes) que pudieran interferir en el análisis lingüístico automatizado. Este proceso de depuración garantizó la homogeneidad del material sin alterar el contenido discursivo original, preservando las particularidades estilísticas propias del lenguaje digital.

El análisis cuantitativo se desarrolló mediante el uso combinado de herramientas computacionales y técnicas estadísticas. La plataforma Sketch Engine constituyó el instrumento principal para el procesamiento automatizado del corpus, permitiendo la identificación de patrones léxicos recurrentes a través de varias operaciones analíticas. Se tuvo acceso a esta plataforma mediante una cuenta académica de prueba, lo que permitió explorar sus funcionalidades de forma práctica y controlada. El manejo de la herramienta se llevó a cabo tras un proceso de familiarización que incluyó el estudio de documentación oficial, tutoriales y ejemplos aplicados a corpus similares. Aunque el corpus analizado en este trabajo presenta una extensión moderada⁵, su tamaño resultó suficiente para aplicar las funciones básicas de la plataforma, como *Frequency List* y *Word Sketch*, sin comprometer la fiabilidad ni la relevancia de los resultados obtenidos. Por tanto, el uso de Sketch Engine se consideró metodológicamente pertinente, al ofrecer una vía eficaz para detectar patrones léxicos representativos en las reseñas negativas seleccionadas.

En primer lugar, se empleó la función Frequency list para obtener una tabla con las palabras más frecuentes del corpus. Esta herramienta permitió identificar los términos con mayor recurrencia, tanto de contenido como funcionales, lo que aportó una visión general de las tendencias léxicas dominantes en las reseñas negativas. El análisis reveló la presencia destacada de elementos como *no*, *nada*, *mal*, *sucio* y *estrellas*, términos que reflejan claramente el tono evaluativo negativo y la orientación crítica del discurso. La alta frecuencia de ciertos adverbios de negación y adjetivos valorativos sirvió de base para explorar con mayor detalle las estrategias de intensificación y los núcleos temáticos del descontento expresado por los usuarios.

Posteriormente, se utilizó la función Word Sketch, también dentro de Sketch Engine, para realizar un análisis centrado en las palabras que coaparecen frecuentemente con el adverbio intensificador “muy”. Esta función generó asociaciones sintácticas entre “muy” y otras unidades léxicas, permitiendo identificar adjetivos como *sucio*, *caro*, *ruidoso*, verbos como *decepcionado* y adverbios como *claramente*, todos ellos connotados negativamente. El análisis permitió comprobar que el intensificador “muy” no solo es frecuente en el corpus, sino que cumple una función clave en la carga afectiva de las valoraciones, amplificando el impacto emocional y persuasivo de las críticas. Esta

⁵ Como se ha indicado previamente, el corpus está compuesto por 100 reseñas.

información se recogió posteriormente en una tabla específica que agrupa las formas más relevantes modificadas por “muy”, lo que facilitó la interpretación discursiva y temática del fenómeno de la intensificación crítica.

La fase cualitativa del análisis consistió en una lectura detallada del corpus con el objetivo de identificar, clasificar e interpretar las principales estrategias discursivas de intensificación presentes en las reseñas. A partir de los datos cuantitativos, se seleccionaron fragmentos representativos en los que se observaba un uso especialmente marcado de recursos como adjetivos evaluativos, estructuras exclamativas, comparaciones hiperbólicas, enumeraciones acumulativas o apelaciones directas al lector. Se agruparon los fragmentos según su función: enfatizar el descontento, mostrar autoridad o provocar una reacción emocional. El análisis se centró en cómo estos recursos contribuían a construir un tono crítico intensificado, y en qué contextos aparecían con mayor frecuencia. Se incorporaron también ejemplos especialmente expresivos para ilustrar cada estrategia. Este análisis permitió ver los mecanismos de intensificación como recursos lingüísticos y también persuasivos, usados para reforzar el impacto de la crítica.

La última etapa del análisis consistió en poner en relación los resultados cuantitativos con las observaciones cualitativas, con el objetivo de obtener una visión más completa del fenómeno estudiado. Se analizaron coincidencias entre las palabras y estructuras más frecuentes y su uso concreto en los fragmentos seleccionados, lo que permitió comprender cómo se construye el tono crítico en las reseñas a través de distintos niveles del lenguaje. Además, los hallazgos se compararon con estudios previos sobre discurso evaluativo en contextos digitales, lo que ayudó a contextualizar los resultados y a confirmar la relevancia de las estrategias de intensificación identificadas en el corpus.

4. RESULTADOS

Los resultados que se presentan a continuación han sido organizados con el objetivo de establecer un vínculo directo con los conceptos desarrollados en el marco teórico. En particular, se ha puesto el foco en las estrategias lingüísticas de intensificación crítica identificadas en el corpus, clasificadas en los niveles léxico, sintáctico y pragmático, tal como se planteó en los apartados teóricos. A lo largo de este capítulo se describen las formas más frecuentes de intensificación empleadas por los usuarios en sus reseñas

negativas, así como su distribución y función discursiva. Esta descripción servirá como base para la discusión posterior, en la que se analizarán los hallazgos en relación con los enfoques teóricos sobre la intensificación lingüística, el discurso digital y la evaluación crítica en entornos online.

El corpus analizado en este estudio está constituido por un total de cien reseñas negativas de establecimientos hoteleros ubicados en la región de Cantabria, todas ellas extraídas de la plataforma TripAdvisor. Estas evaluaciones, caracterizadas por su tono crítico y su valoración general de una o dos estrellas, conforman un conjunto de datos adecuado para el análisis de estrategias discursivas de intensificación. La recopilación abarca un amplio espectro de establecimientos, desde hoteles urbanos de categoría superior hasta alojamientos rurales y balnearios, ofreciendo así una visión panorámica de las insatisfacciones más recurrentes entre los clientes de la industria hotelera en esta región.

Tal como se explicó en el apartado de Metodología⁶, el análisis se llevó a cabo siguiendo un enfoque mixto que combina técnicas cuantitativas, mediante Lingüística de Corpus, y cualitativas, basadas en el Análisis Crítico del Discurso. Esta elección metodológica permite abordar tanto la frecuencia de aparición de los intensificadores como su función comunicativa en el discurso. La categorización de los datos se organizó en torno a tres niveles —léxico, sintáctico y pragmático— con el objetivo de capturar la variedad funcional de las estrategias de intensificación utilizadas en el corpus. Esta estructura se mantiene en la presentación de los resultados para facilitar su interpretación coherente.

El objetivo de este apartado es exponer de forma ordenada los resultados obtenidos mediante el análisis cuantitativo y cualitativo, centrado en las estrategias discursivas de intensificación utilizadas por los usuarios para amplificar el tono crítico de sus valoraciones. La organización de los resultados sigue una estructura que permite identificar, clasificar e ilustrar los principales mecanismos lingüísticos detectados, tanto en términos de frecuencia como de función discursiva.

⁶ Véase epígrafes 3.3 y 3.4.

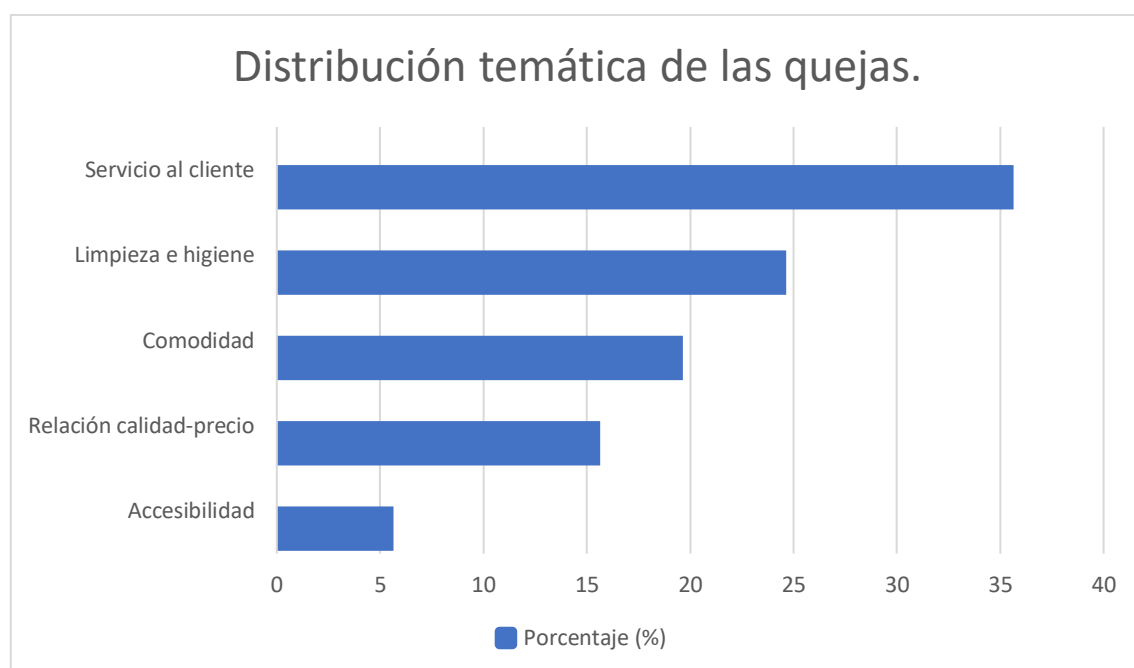
4.1 Descripción general de los datos

En primer lugar, se presenta una visión general del corpus analizado con el fin de contextualizar los datos en términos de longitud, estructura y contenido temático. Esta descripción preliminar permite comprender mejor las características del material sobre el que se han identificado las estrategias de intensificación crítica.

En términos cuantitativos, el corpus presenta una notable variedad en cuanto a la extensión de los textos, encontrándose desde comentarios concisos de apenas dos o tres líneas hasta evaluaciones minuciosas que superan las diez líneas de extensión. Esta variabilidad en la longitud responde, en muchos casos, a la naturaleza de las quejas planteadas: mientras algunas reseñas se limitan a expresar un descontento general mediante enunciados categóricos, otras desarrollan narrativas detalladas que reconstruyen cronológicamente las experiencias negativas. El análisis preliminar revela que la mayoría de las reseñas oscilan entre cinco y siete enunciados, espacio suficiente para articular una crítica estructurada sin perder intensidad discursiva.

A continuación, se ha realizado una clasificación temática de las quejas expresadas en las reseñas analizadas. Esta categorización permite identificar las áreas del servicio hotelero que generan mayor insatisfacción entre los usuarios. La Figura 1 presenta de forma visual la distribución porcentual de los principales focos de crítica, lo cual constituye un punto de partida clave para el análisis posterior de las estrategias discursivas utilizadas en cada caso.

Figura 1. *Distribución temática de las quejas.*



Fuente: Elaboración propia a partir de Word.

Como se observa en la Figura 1, las quejas se distribuyen principalmente en torno a cinco grandes ejes temáticos. El gráfico muestra que la mayoría de críticas se centran en el servicio al cliente (35 %), seguido por limpieza (25 %) y comodidad (20 %). Esta jerarquía temática orienta el análisis posterior de las estrategias lingüísticas utilizadas para intensificar las críticas en cada área.

Así, el servicio al cliente emerge como el área más criticada, representando aproximadamente el 35% de las quejas documentadas. Dentro de esta categoría, las observaciones se centran particularmente en actitudes percibidas como groseras o negligentes por parte del personal de recepción, así como en la falta de empatía demostrada ante situaciones problemáticas. Resulta significativo que muchas de estas críticas no solo denuncian comportamientos concretos, sino que extrapolan estas experiencias para cuestionar la gestión general del establecimiento.

Para continuar, los problemas relacionados con limpieza e higiene constituyen el segundo gran bloque temático, agrupando alrededor del 24% de las quejas. En este

ámbito, las observaciones se concentran en aspectos como la presencia de sábanas percibidas como sucias, baños mal mantenidos, olores desagradables persistentes y un estado general del mobiliario considerado inaceptable para la categoría del establecimiento. Es particularmente revelador que muchas de estas críticas emplean un lenguaje sensorial muy vívido, con descripciones detalladas de olores, texturas y aspectos visuales que buscan generar en el lector una reacción emocional intensa.

Por otro lado, la comodidad de las habitaciones representa aproximadamente el 19% de las críticas documentadas, con especial énfasis en tres aspectos recurrentes: la calidad de los colchones (frecuentemente descritos como viejos, incómodos o en mal estado), los problemas de ruido (tanto de origen externo como interno al hotel) y las deficiencias en los sistemas de climatización. Estas críticas suelen presentar una estructura argumentativa particular, donde se contrastan explícitamente las expectativas generadas por la categoría del hotel con la realidad experimentada, creando así un efecto de decepción acentuada.

Las quejas sobre la relación calidad-precio, que representan alrededor del 15% del corpus, se caracterizan por un tono particularmente indignado. En estos casos, los evaluadores no solo enumeran deficiencias concretas, sino que enfatizan repetidamente la disparidad entre el costo de la estancia y la calidad recibida, a menudo mediante comparaciones explícitas con otros establecimientos o con estándares sectoriales. Un patrón recurrente en estas reseñas es el uso de expresiones que denotan sentimiento de engaño o estafa, reforzadas frecuentemente con detalles específicos sobre precios pagados por servicios considerados deficientes.

Finalmente, los problemas de accesibilidad, aunque menos frecuentes (aproximadamente 5% de las quejas), presentan una intensidad discursiva particularmente marcada. Estas críticas, que suelen provenir de huéspedes con movilidad reducida o familias con equipaje voluminoso, denuncian obstáculos físicos como ausencia de ascensores, habitaciones mal adaptadas o dificultades para acceder a zonas comunes. Lo notable de estas evaluaciones es cómo transforman barreras físicas concretas en cuestionamientos más amplios sobre la filosofía de atención al cliente del establecimiento.

Desde el punto de vista lingüístico, el corpus presenta un repertorio variado de estrategias de intensificación. El lenguaje hiperbólico destaca como recurso

predominante, con un uso abundante de adjetivos calificativos extremos ("deplorable", "inaceptable", "vergonzoso") y sustantivos de fuerte carga semántica ("robo", "estafa", "engaño"). Este recurso se complementa con el empleo estratégico de signos de exclamación, mayúsculas sostenidas y repeticiones léxicas, todos ellos orientados a maximizar el impacto emocional del mensaje. Paralelamente, se observa un uso frecuente de ironía y sarcasmo, particularmente en reseñas que contrastan de manera deliberada las promesas publicitarias del establecimiento con la realidad experimentada.

Las narrativas emocionales constituyen otro eje fundamental del corpus, manifestándose a través de relatos detallados que reconstruyen cronológicamente las experiencias negativas. Estas narrativas suelen incluir no solo descripciones objetivas de los hechos, sino también referencias explícitas a estados emocionales ("me sentí humillado", "acabamos indignados"), creando así un puente empático con el lector potencial. Un subtipo particularmente efectivo de estas narrativas son los testimonios sobre consecuencias físicas de la mala experiencia ("pasé la noche vomitando", "no pude dormir por el dolor de espalda"), que añaden una dimensión corporal a la crítica.

Estructuralmente, las reseñas muestran patrones recurrentes de organización discursiva. La mayoría inicia con una frase impactante que condensa la evaluación global ("Peor experiencia de mi vida", "No vuelvo ni regalado"), seguida de un desarrollo que enumera problemas concretos en orden de gravedad percibida. Un elemento interesante es la frecuente inclusión, hacia el final de la reseña, de algún aspecto positivo menor ("la ubicación era buena", "el personal de limpieza era amable"), que lejos de mitigar la crítica general, suele funcionar como contraste que acentúa la decepción global. El cierre típico consiste en una advertencia explícita a futuros clientes o en una declaración categórica de no retorno.

Un hallazgo significativo del análisis es la presencia de lo que podríamos denominar "problemas emblemáticos": deficiencias específicas que aparecen repetidamente en reseñas de un mismo establecimiento. Estos incluyen desde detalles concretos como "las habitaciones con números terminados en 12 son ruidosas" hasta problemas estructurales como "el restaurante sirve comida recalentada". La recurrencia de estos motivos no solo sugiere problemas operativos persistentes en ciertos establecimientos, sino que también revela cómo ciertas críticas se van consolidando como lugares comunes en la representación colectiva del hotel.

El corpus también evidencia el creciente papel de lo visual en las críticas hoteleras contemporáneas. Varias reseñas hacen referencia explícita a fotografías adjuntas (aunque estas no formen parte de nuestro corpus textual), mencionando detalles como "como puede verse en las fotos" o "adjunto imágenes como prueba". Esta apelación a lo visual como evidencia corroborativa representa una estrategia discursiva moderna que busca otorgar mayor credibilidad a la crítica mediante lo que se presenta como prueba incontrovertible.

Desde una perspectiva sociolingüística, resulta interesante observar cómo ciertas reseñas trascienden la mera descripción de hechos para articular cuestionamientos más amplios sobre las prácticas del sector hotelero. Algunos evaluadores, por ejemplo, extrapolan su experiencia negativa para cuestionar los sistemas de clasificación por estrellas ("¿Cómo puede tener cuatro estrellas?"), mientras otros plantean reflexiones sobre la evolución de estándares de servicio ("Antes era bueno, ahora solo quieren sacar dinero"). Estas observaciones, aunque minoritarias, añaden una capa de crítica institucional al corpus.

La dimensión temporal emerge como otro factor relevante en el análisis. Mientras algunas reseñas se limitan a evaluar una estancia concreta, otras trazan comparaciones explícitas entre visitas en diferentes momentos ("Hace diez años era excelente, ahora es desastroso"), construyendo así narrativas de decadencia que refuerzan la crítica actual. Este recurso es particularmente común en evaluaciones de establecimientos con cierta tradición o renombre histórico.

4.2 Análisis de las estrategias de intensificación crítica.

Una vez descritas las características generales del corpus, en este apartado se detallarán las estrategias específicas de intensificación crítica detectadas en las reseñas, organizadas según su nivel lingüístico y frecuencia de uso.

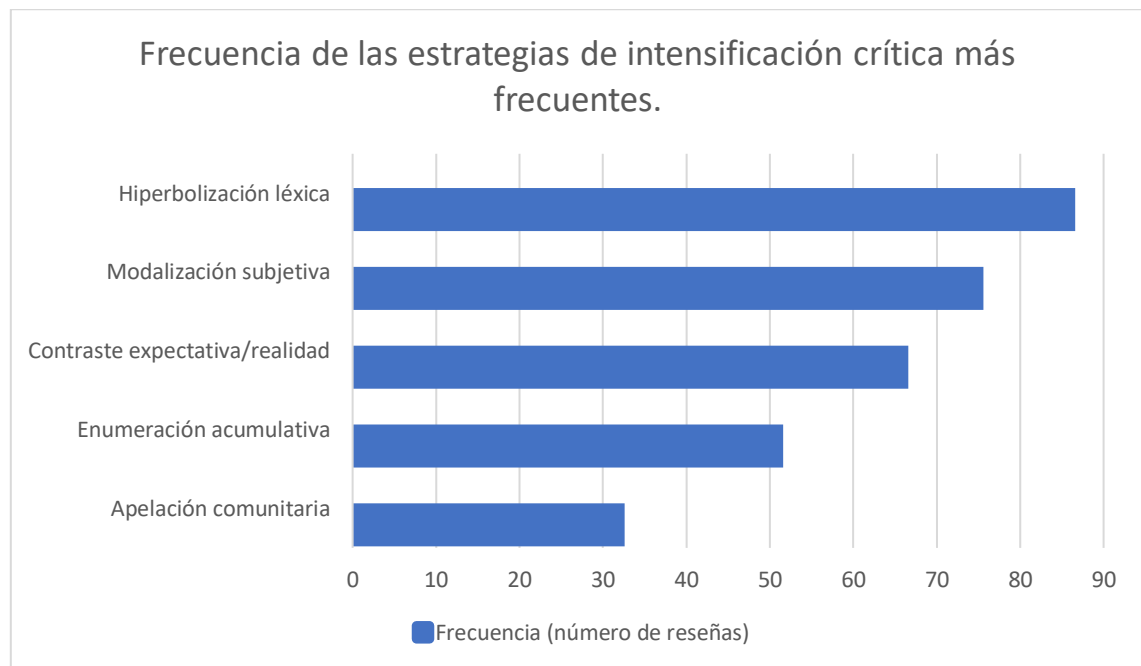
El análisis del corpus de las cien reseñas revela un sistema de estrategias discursivas orientadas a maximizar el impacto de las críticas. Estas estrategias se manifiestan a través de diversos recursos lingüísticos que operan en distintos niveles (léxico, sintáctico, pragmático), configurando un patrón comunicativo utilizado con el fin de transmitir insatisfacción y generar empatía con potenciales lectores.

4.2.1 Frecuencia de uso por categoría.

En primer lugar, se presenta un análisis cuantitativo de la frecuencia con la que aparecen las diferentes estrategias de intensificación en el corpus. Esto permite establecer un panorama general sobre cuáles son los mecanismos más recurrentes y qué peso tienen en el conjunto de las reseñas.

Con el fin de identificar qué mecanismos discursivos son más recurrentes en la construcción del tono crítico, se ha realizado un análisis cuantitativo de las estrategias de intensificación presentes en el corpus. La Figura 2 muestra la frecuencia relativa de las principales categorías identificadas, lo que permite establecer una jerarquía funcional en el uso de estos recursos y orientar el análisis posterior.

Figura 2. *Frecuencia de las estrategias de intensificación crítica más frecuentes.*



Fuente: Elaboración propia a partir de Word.

La Figura 2 muestra de forma comparativa la frecuencia de uso de las principales estrategias de intensificación detectadas en el corpus. Como se puede observar, la hiperbolización léxica es la más empleada (85 reseñas), seguida de la modalización subjetiva (75) y el contraste entre expectativas y realidad (65). Esta jerarquía confirma que las valoraciones no solo expresan disconformidad, sino que lo hacen mediante patrones discursivos recurrentes y altamente enfáticos.

En términos cuantitativos, podemos ver en la figura 2 cómo la hiperbolización léxica emerge como la estrategia predominante, presente en aproximadamente 85 de las 100 reseñas analizadas. Esta se manifiesta a través de un uso sistemático de adjetivos y sustantivos de extremidad como “vergonzoso”, “desastre” o “robo”, combinados con verbos de carga semántica violenta como “torturar”, “escupir” o “engañar”. Por ejemplo, un usuario afirma: “El hotel era un auténtico desastre, una pesadilla desde el minuto uno”, mientras otro señala: “Nos sentimos completamente estafados; fue un robo en toda regla”. Las comparaciones catastróficas, que equiparan la experiencia hotelera con situaciones límite, también son frecuentes. En unas 60 reseñas aparecen fórmulas como “como dormir en un vertedero” o “esto es peor que una cárcel de película”, completando así este arsenal lingüístico destinado a maximizar la gravedad percibida de los problemas.

La modalización subjetiva ocupa el segundo lugar en frecuencia, detectándose en alrededor de 74 reseñas. Esta estrategia se materializa mediante el empleo recurrente de pronombres en primera persona unidos a verbos de percepción (“vi”, “sentí”), adverbios de certeza absoluta (“nunca”, “absolutamente”) y estructuras exclamativas o interrogativas que interpelan directamente al lector (“¿Esto es un 4 estrellas?!”). Estos recursos cumplen una doble función: por un lado, enfatizan la voz del evaluador como testigo autorizado; por otro, generan identificación emocional con el potencial lector.

El contraste entre expectativas y realidad, presente en aproximadamente 65 reseñas, constituye otra estrategia fundamental. Se articula principalmente a través de estructuras comparativas que oponen las promesas implícitas de la categoría hotelera con la experiencia concreta (“Pagas por lujo y recibes miseria”), complementadas con dosis de ironía y sarcasmo. Un ejemplo claro lo ofrece una reseña que afirma: “Gran 'suite'... si te gustan los trasteros con olor a humedad”, o aquella que ironiza: “Ideal para amantes del riesgo: cucarachas, moho y sin salida de emergencia”. También se recogen enunciados como “Hotel de cuatro estrellas... quizás en otra galaxia”, que evidencian el uso

humorístico y burlesco para reforzar la decepción. Estas técnicas no solo destacan la brecha entre lo esperado y lo recibido, sino que cuestionan la autenticidad misma de la imagen proyectada por el hotel.

La enumeración acumulativa de defectos representa una estrategia utilizada en cerca de 50 reseñas. Se manifiesta mediante listados caóticos de problemas ("sucio, ruidoso, maloliente..."), uso deliberado del polisíndeton ("ni limpieza, ni comodidad, ni respeto") y secuencias descriptivas hiperdetalladas que buscan crear una impresión de descontrol sistémico. Estos recursos transforman quejas específicas en una condena global al establecimiento.

Finalmente, la apelación comunitaria, aunque menos frecuente (presente en unas 31 reseñas), resulta particularmente efectiva. Se materializa en fórmulas imperativas ("No vengan", "Huyan de aquí"), generalizaciones ("Nadie debería pasar por esto") y testimonios colectivos que trascienden la experiencia individual. Esta estrategia opera un movimiento discursivo clave: transforma la queja personal en advertencia pública.

A continuación, se presenta una tabla comparativa que resume las principales estrategias de intensificación identificadas en el corpus, junto con su frecuencia aproximada, características más relevantes y ejemplos representativos.

Tabla 1. *Comparativa de las estrategias discursivas más usadas.*

Estrategia discursiva	Frecuencia aproximada (sobre 100 reseñas)	Características principales	Ejemplos textuales representativos
Hiperbolización léxica.	85	Uso de adjetivos extremos, sustantivos negativos, verbos violentos, metáforas exageradas.	“Una auténtica vergüenza”, “parecía una cárcel”.

Modalización subjetiva.	74	Uso de pronombres en primera persona, adverbios de certeza, exclamaciones, interpelaciones.	“Nunca volveré”, “¿Esto es un 4 estrellas?!”.
Contraste expectativas-realidad.	65	Comparaciones explícitas entre lo prometido y lo recibido, con ironía o sarcasmo.	“Pagas por lujo y te dan un cuchitril”, “Suite... de trastero”.
Enumeración acumulativa.	50	Listados de fallos, uso de polisíndeton, acumulación caótica para crear efecto de saturación.	“Sucio, ruidoso, maloliente...”, “ni limpieza, ni respeto, ni orden”.
Apelación comunitaria	31	Uso de fórmulas colectivas, advertencias a futuros clientes, imperativos categóricos.	“No vengan”, “Nadie merece pasar por esto”.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos presentes en la Figura 2.

Más allá de la frecuencia individual de cada estrategia, la tabla 1 permite observar con claridad las características distintivas y los patrones de uso asociados a cada recurso. Por ejemplo, mientras la hiperbolización léxica se basa en el uso de términos extremos con fuerte carga semántica, la apelación comunitaria recurre a fórmulas imperativas o colectivas que transforman la queja individual en una advertencia pública. Además, la tabla muestra cómo cada estrategia se construye con unidades lingüísticas específicas —

adjetivos valorativos, estructuras exclamativas, pronombres en primera persona— que cumplen funciones discursivas concretas.

Estos mecanismos lingüísticos no operan de forma aislada, sino que se combinan en complejas configuraciones discursivas. Una misma reseña puede comenzar con una exclamación hiperbólica, desarrollar una enumeración caótica de problemas, incluir contrastes irónicos y finalizar con una advertencia colectiva, creando así un efecto acumulativo de indignación. La recurrencia de ciertas fórmulas ("NO VOLVERÉ") sugiere, además, que los evaluadores han internalizado convenciones genéricas propias de las reseñas negativas, utilizando estos moldes discursivos para aumentar la eficacia de su crítica.

Para complementar el análisis de las estrategias discursivas, se llevó a cabo un estudio de frecuencia léxica utilizando la herramienta Sketch Engine. Esta herramienta permitió identificar las palabras más recurrentes del corpus, tanto funcionales como de contenido, revelando patrones de uso lingüístico que refuerzan el tono crítico de las reseñas. La tabla que se presenta a continuación recoge las cincuenta palabras clave más frecuentes, lo cual ofrece una visión cuantitativa de los recursos léxicos predominantes en la construcción del discurso evaluativo.

Tabla 2. *Frecuencia de uso de las palabras clave del corpus.*

Palabra	Frecuencia	Palabra	Frecuencia	Palabra	Frecuencia
?	772	una	93	m	44
.	432	muy	89	!	42
,	427	con	88	est	40
de	359	los	88	nada	37
a	282	las	82	o	35
la	277	lo	75	estrellas	34
y	266	habitaci	73	este	34
que	256	por	70	...	32
n	235	para	68	hay	32

el	218	se	65	desayuno	31
no	213	del	57	si	30
en	173	al	53	ni	29
un	124	nos	53	ba	29
hotel	103	pero	47	mal	27
es	98	me	46	sin	25

Fuente: Elaboración propia a partir de SketchEngine.

A nivel cuantitativo, esta tabla de frecuencias muestra los términos más comunes utilizados en el corpus de reseñas negativas de hoteles en Cantabria. En primer lugar, se observa una fuerte presencia de palabras funcionales como artículos (el, la, los, un), preposiciones (de, en, a, por, con), pronombres (nos, me, lo, se) y conjunciones (y, que, pero, o). Esto es esperable en cualquier corpus lingüístico, pero lo interesante comienza a aparecer cuando se analizan las palabras de contenido que dominan el listado.

Una de las más destacadas es "muy", con 89 apariciones, que actúa como un claro intensificador. Su presencia elevada sugiere una tendencia marcada a enfatizar adjetivos en contextos negativos, como "muy sucio", "muy caro" o "muy decepcionante", lo cual está directamente relacionado con tu objetivo de estudiar estrategias de intensificación crítica. También destaca la palabra "no", que aparece 213 veces, evidenciando el uso recurrente de la negación como forma de construir valoraciones negativas. A esto se suman otras expresiones como "nada", "ni" y "sin", que también aportan carga intensificadora en estructuras como "nada recomendable", "ni una toalla limpia" o "sin atención al cliente".

Por otro lado, hay un léxico temático muy marcado, con palabras clave del ámbito hotelero como "hotel", "habitación" (tokenizada como "habitaci"), "desayuno", "personal" y "estrellas". Estas palabras revelan los núcleos sobre los que los usuarios enfocan sus críticas: el servicio, la calidad de las instalaciones, la atención del personal y la relación entre el precio y la categoría del hotel. Todo ello refuerza la idea de que el discurso crítico no se limita a evaluaciones vagas, sino que está enfocado en aspectos concretos de la experiencia turística.

Por último, es relevante la presencia de signos de puntuación como el signo de exclamación (!) y los puntos suspensivos (...), que actúan como marcadores enfáticos del tono del discurso. Aunque no son palabras en sí, su aparición frecuente en el corpus evidencia un componente emocional y subjetivo característico del discurso digital evaluativo. Esto puede interpretarse como una forma de intensificación paralingüística, donde el usuario no solo transmite contenido, sino que también carga su mensaje con énfasis emocional.

Más allá de la frecuencia, también resulta relevante analizar cómo estas estrategias se combinan en patrones discursivos reconocibles. El siguiente apartado examina las tendencias cualitativas que emergen del uso de estos recursos en el corpus.

4.2.2 Tendencias discursivas

A nivel cualitativo, emergen tres macro-tendencias en la construcción discursiva de las críticas. En primer lugar, se observa un movimiento sistemático desde la experiencia personal hacia denuncias de carácter público, detectado en aproximadamente 70 reseñas. Este patrón se logra mediante la universalización del problema, el cuestionamiento institucional y la invocación a la acción colectiva.

En segundo término, destaca la corporalización de la crítica, presente en 68 reseñas, que ancla la insatisfacción en referencias al dolor físico, reacciones fisiológicas y agresiones sensoriales. Esta tendencia se manifiesta a través de descripciones vívidas de malestar físico ("Los muelles del colchón me dejaron lumbalgia"), reacciones corporales ("Vomitamos toda la noche") y percepciones sensoriales intensas ("El olor a moho nos quemaba la garganta").

Por último, se identifica una ritualización de la indignación en cerca de 60 reseñas, con fórmulas discursivas recurrentes que siguen una estructura casi ceremonial: inicio impactante ("Peor experiencia de mi vida"), cuerpo probatorio (3-5 ejemplos concretos), contraste irónico (mención de algún aspecto positivo menor) y cierre admonitorio ("Jamás volveré"). Este patrón estructural sugiere la existencia de un guion implícito que muchos evaluadores siguen para organizar sus críticas.

Tras identificar las tendencias generales en el uso de estrategias de intensificación crítica, resulta pertinente ilustrar estas observaciones con ejemplos concretos. En el

siguiente apartado se analizan casos representativos que permiten observar en detalle cómo operan estos mecanismos a nivel textual.

4.3 Casos representativos

Este apartado tiene como objetivo presentar ejemplos significativos que evidencien el uso de estrategias de intensificación crítica en distintos niveles lingüísticos. Para ello, se han seleccionado fragmentos especialmente reveladores del corpus, agrupados en función de su naturaleza léxica, sintáctica o pragmática.

El análisis de las reseñas negativas revela patrones claros en el uso de estrategias discursivas para intensificar las críticas. A continuación, se presentan ejemplos paradigmáticos organizados según su nivel lingüístico, mostrando los recursos léxicos, sintácticos y pragmáticos que se utilizan.

4.3.1 Ejemplos destacados de intensificación léxica.

En este primer bloque se examinan ejemplos donde la intensificación se produce principalmente a través del léxico. Se analizan términos y construcciones que refuerzan la carga expresiva y emocional de la crítica, incluyendo adjetivos hiperbólicos, campos semánticos negativos y metáforas impactantes.

El análisis revela un uso estratégico del léxico para intensificar el impacto emocional de las críticas. Un caso paradigmático es la descripción hiperbólica de las camas: "El colchón era un verdadero instrumento de tortura medieval, con muelles oxidados que se clavaban en la espalda como cuchillos desafilados, dejándote parálítico después de tres noches de martirio". Esta construcción no solo utiliza la metáfora bélica ("instrumento de tortura medieval"), sino que añade detalles sensoriales específicos ("oxidados", "desafilados") y consecuencias físicas extremas ("parálítico", "martirio") para crear una imagen vívida de sufrimiento.

Las reseñas sobre limpieza emplean frecuentemente tríadas léxicas escalonadas: "Encontramos el baño sucio (1), asquerosamente sucio (2), con manchas de moho negruzco que parecían pintadas a propósito para asquear al cliente más tolerante (3)". Esta progresión cumple una función psicológica clara: comienza con un término general ("sucio"), intensifica con un adverbio valorativo ("asquerosamente") y culmina con una descripción visual detallada que sugiere intencionalidad maliciosa.

El campo semántico del engaño y el delito aparece sistemáticamente en reseñas como: "Esto no es un establecimiento hotelero, sino una organización delictiva perfectamente engranada para estafar a turistas incautos con precios abusivos y servicios de chabolismo". Aquí, el uso de "organización delictiva" y "estafar" traslada la crítica del ámbito comercial al penal, mientras que "chabolismo" establece un contraste irónico con la categoría estelar del hotel.

Las descripciones gastronómicas recurren a combinaciones léxicas que activan el asco fisiológico: "El llamado 'buffet continental' consistía en yogures caducados cuya superficie había desarrollado una película viscosa, zumo reconcentrado que picaba al tragar, y una bandeja de embutidos con un brillo aceitoso que delataba su proceso de putrefacción avanzada". La selección de términos como "viscosa", "picaba" y "putrefacción" apela directamente a los receptores sensoriales del lector.

Un caso particularmente creativo de intensificación léxica es la reseña que describe: "Las sábanas tenían el tacto áspero de papel de lija usado, con manchas que seguían un patrón sospechosamente similar a los mapas de contagios de cólera que vi en un documental". Esta analogía inesperada con imágenes médicas de epidemias transforma una queja sobre limpieza en una asociación con peligro para la salud pública.

La siguiente tabla presenta los principales elementos léxicos que aparecen modificados por el adverbio intensificador “muy” en el corpus analizado. Este recurso, característico de la intensificación de grado, permite al usuario reforzar evaluaciones negativas de manera directa y enfática. La tabla clasifica los términos modificados en cuatro categorías gramaticales —adjetivos, verbos, adverbios y participios— con el objetivo de ilustrar su distribución funcional y su papel en la construcción del tono crítico de las reseñas.

Tabla 3. *Palabras modificadas por el adverbio “muy”.*

Adjetivos modificados por “muy”	Adjetivos modificados por “muy”	Verbos modificados por “muy”	Adverbios modificados por “muy”
viejo	feo	ser	bien
malo	fuerte	decepcionar	muy
mal	escandaloso	estar	claramente
justo	grosero	degustar	justo
atento	normal	desplazar	poco
bonito	distante	seguir	
caro	incómodo	colocar	
desagradable	moderno	escuchar	
limpio	lamentable	venir	
sucio	nuevo	quedar	
decadente	ruidoso	anticuar	
cutre	pobre	tratar	
descontento	grande	haber	
amargo	bueno		
escaso	triste		
industrial	antiguo		
sensible	recomendable		

Fuente: Elaboración propia a partir de SketchEngine.

Una de las estrategias léxicas más frecuentes y relevantes en la intensificación crítica dentro de las reseñas negativas del corpus es el uso del adverbio "muy" como modificador, que, como vemos en la tabla 2, aparece 89 veces en el corpus. En concreto, este intensificador de grado aparece asociado a adjetivos, verbos y adverbios que refuerzan valoraciones negativas, marcando así una mayor carga afectiva en las opiniones.

En la tabla 3, se recogen los principales elementos léxicos que aparecen modificados por "muy" en el corpus:

- Adjetivos evaluativos como *muy sucio*, *muy caro*, *muy ruidoso*, *muy desagradable* o *muy viejo*.
- Adverbios como *muy poco* o *muy claramente*, que también contribuyen a reforzar la crítica.
- Formas verbales como *muy decepcionado/a* o *muy disgustada*, que reflejan estados emocionales intensos por parte del emisor.

Este uso del intensificador “muy” cumple una función claramente expresiva y evaluativa, al subrayar el carácter extremo o inaceptable de las experiencias vividas. En lugar de limitarse a adjetivos calificativos, el modificador también aparece en construcciones verbales (e.g., estaba muy disgustada) y adverbiales, ampliando su efecto discursivo.

En el corpus analizado, se observa que los adjetivos son las palabras más frecuentemente modificadas por el intensificador “muy”, debido a su función central en la expresión de valoraciones subjetivas. A diferencia de otras categorías gramaticales, los adjetivos permiten atribuir cualidades específicas a los elementos evaluados —como muy sucio, muy caro o muy ruidoso—, facilitando así una crítica directa y enfática. Además, su compatibilidad semántica con modificadores de grado como “muy” los convierte en el recurso más eficaz para amplificar el tono negativo del discurso. Esta tendencia responde también a una estrategia discursiva que busca resaltar con mayor fuerza los aspectos percibidos como deficientes, aumentando el impacto persuasivo de la reseña.

Además, el hecho de que los adjetivos modificados pertenezcan mayoritariamente al campo semántico de la calidad del servicio, estado de las instalaciones y trato personal, permite identificar los focos principales del descontento: suciedad, ruido, vejez y trato inadecuado.

Si bien el léxico constituye un recurso fundamental para la intensificación, muchas reseñas recurren también a estructuras sintácticas que contribuyen significativamente a amplificar el tono crítico del discurso. A continuación, se presentan algunos ejemplos representativos.

4.3.2 Ejemplos destacados de intensificación sintáctica.

Este subapartado aborda el papel de la sintaxis en la intensificación crítica. Se examinan construcciones como las enumeraciones, el polisíndeton, las estructuras exclamativas y otras formas que contribuyen a organizar el discurso de manera enfática.

Las reseñas analizadas emplean estructuras sintácticas cuidadosamente diseñadas para potenciar el impacto de las críticas, utilizando recursos que van desde la fragmentación deliberada hasta la acumulación rítmica de elementos.

Uno de los patrones más recurrentes es el uso de enumeraciones caóticas sin conectores, como en el caso: "Polvo en los muebles. Manchas en las paredes. Olores a humedad. Ruidos constantes. Y para rematar, una recepcionista con peor humor que un guardia de tráfico en agosto". Esta estructura sintáctica, compuesta por enunciados nominales breves y asindéticos, crea un efecto de saturación sensorial, transmitiendo la idea de que los problemas son tan numerosos que ni siquiera requieren conectores lógicos. La acumulación desordenada refleja la experiencia caótica del huésped, mientras que la ruptura final con un elemento humorístico ("peor humor que un guardia de tráfico") añade un contraste irónico que refuerza la crítica.

Otro recurso sintáctico destacado es el hipérbaton emocional, donde se altera el orden lógico de la oración para enfatizar la carga negativa. Un ejemplo claro es: "Horrible, repito, horrible, fue el trato recibido en ese supuesto 'hotel de lujo'". Aquí, la repetición intercalada del adjetivo "horrible" antes del sujeto y verbo rompe la estructura canónica de la oración, colocando el juicio de valor en posición de máximo relieve. Esta construcción sintáctica no solo subraya la intensidad del descontento, sino que reproduce a nivel formal la necesidad del hablante de "interrumpir" el discurso para recalcar su indignación.

Las estructuras comparativas truncadas constituyen otra estrategia sintáctica eficaz, como se observa en: "Esperabas un cuatro estrellas y te encuentras... bueno, mejor no describirlo para no violar las normas de decencia". Esta elipsis deliberada en el segundo término de la comparación activa la imaginación del lector, invitándole a completar el espacio vacío con sus peores expectativas. La sintaxis incompleta genera más impacto que cualquier adjetivo explícito, transformando al receptor en cómplice de la crítica.

Un caso particularmente elaborado de anáfora indignada aparece en la reseña: "No hay limpieza en los baños, no hay cortesía en el personal, no hay silencio por las noches, no hay, en definitiva, nada que justifique el precio desorbitado." La repetición inicial de "no hay" establece un ritmo martilleante que imita la acumulación de quejas, mientras que la ruptura final del patrón ("nada que justifique") introduce una conclusión demoledora. Esta estructura sintáctica transforma una serie de problemas concretos en una condena global al establecimiento.

Finalmente, la alternancia calculada entre enunciados largos y cortos crea efectos de énfasis dramático: "El desayuno: una farsa. Lo que ellos llaman 'buffet continental' consiste en tres bandejas medio vacías con panecillos duros como piedras, un café aguado que más bien parecía agua sucia, y unos huevos revueltos cuyo color amarillo chillón sugería intervención química más que culinaria". La frase nominal inicial ("El desayuno: una farsa") actúa como sentencia lapidaria, mientras que la descripción posterior, con su sintaxis compleja y acumulación de detalles, proporciona la "evidencia" que justifica el veredicto. Este contraste rítmico entre brevedad categórica y prolijidad descriptiva replica a nivel sintáctico el movimiento discursivo entre conclusión global y demostración particular.

Estos ejemplos demuestran cómo las estructuras sintácticas no son meros vehículos del contenido crítico, sino herramientas activas para intensificar su fuerza persuasiva. La selección consciente de determinados patrones gramaticales transforma el discurso de la queja en un artefacto lingüístico altamente efectivo, donde la forma refuerza sistemáticamente el contenido.

Más allá del léxico y la sintaxis, los aspectos pragmáticos del discurso también desempeñan un papel clave en la construcción del tono crítico. A continuación, se analizan ejemplos que ilustran estrategias pragmáticas de intensificación.

4.3.3 Ejemplos destacados de intensificación pragmática.

En esta última sección se analizan fragmentos donde la intensificación se produce mediante recursos pragmáticos, como la apelación directa al lector, las narrativas emocionales o la ironía. Estas estrategias refuerzan la subjetividad del mensaje y buscan generar una reacción en el receptor.

Las reseñas analizadas despliegan sofisticados recursos pragmáticos que trascienden el mero contenido informativo para construir relaciones estratégicas con el lector y posicionar al evaluador como voz autorizada. Estos mecanismos operan en el nivel de los actos de habla, la gestión de la imagen social y el posicionamiento discursivo.

Un caso paradigmático es el uso estratégico del vocativo en aperturas como: "Atención, futuros huéspedes: si valoran su salud mental y su bolsillo, huyan de este lugar como de la peste". Esta construcción cumple una triple función pragmática: (1) establece una relación directa con el lector mediante el vocativo "futuros huéspedes", (2) posiciona al evaluador como consejero desinteresado mediante el imperativo "huyan", y (3) equipara simbólicamente el hotel con una amenaza biológica ("como de la peste") que activa instintos de evitación. El acto de habla combinado (advertencia + consejo + comparación) trasciende la mera descripción para convertirse en intervención performativa.

La ironía calculada aparece en formulaciones como: "Felicitaciones al equipo de limpieza por su innovador concepto de 'higiene selectiva': las toallas se cambiaban cada tres días, pero las manchas de moho en la ducha parecían patrimonio protegido". Esta estrategia opera mediante un elogio superficial ("Felicitaciones") que enmarca una crítica devastadora, utilizando la hipérbole ("patrimonio protegido") para contrastar la realidad con estándares mínimos esperables. Pragmáticamente, este mecanismo permite al evaluador presentarse como voz razonable (inicia con pseudo-elogio) mientras descarga una crítica demoledora, evitando así aparecer como quejoso sistemático.

Las preguntas retóricas múltiples adoptan a menudo estructuras encadenadas: "¿Esto es un cuatro estrellas? ¿En qué planeta? ¿Bajo qué criterios? ¿Han visto los evaluadores las mismas instalaciones que yo?" Este recurso cumple cuatro funciones simultáneas: (1) invita al lector a unirse al cuestionamiento, (2) socava la credibilidad del sistema de clasificación hotelera, (3) enfatiza la brecha expectativa-realidad mediante repetición, y (4) construye complicidad mediante el pronombre "yo" que contrasta con el "ellos" implícito de los evaluadores oficiales.

La testimonialización en tercera persona aparece en reseñas como: "Mi hijo de ocho años preguntó si estábamos en una cárcel abandonada; cuando un niño percibe este nivel de deterioro, ¿qué queda por decir?" Esta estrategia pragmática objetiviza la crítica al atribuirle a un tercero neutral (el niño), utilizando su presunta inocencia como garantía

de veracidad. Al formularlo como pregunta retórica ("¿qué queda por decir?"), el evaluador posiciona su conclusión como inevitable y auto-evidente.

Los imperativos escalonados adoptan a menudo estructuras de triple impacto: "Cancelen su reserva. Exijan reembolso. Denuncien a turismo." Esta secuencia performativa progresa desde la acción preventiva ("Cancelen") hasta la reparación económica ("Exijan") y culmina con la sanción institucional ("Denuncien"), construyendo un guion de acciones que trasciende la queja individual para convertirse en programa colectivo. Pragmáticamente, transforma al lector de receptor pasivo en agente activo de la denuncia.

La apelación a autoridades externas se manifiesta en comparaciones como: "He dormido en refugios de montaña a 3.000 metros de altura con mejor limpieza y más calidez humana que este antro con pretensiones de boutique hotel." Esta estrategia utiliza una experiencia extrema (refugio de alta montaña) como estándar comparativo inesperado, invirtiendo la jerarquía esperable entre establecimientos. Pragmáticamente, posiciona al evaluador como viajero experimentado mientras degrada simbólicamente el hotel por debajo de condiciones extremas.

Finalmente, las profecías autorrealizadoras cierran muchas reseñas: "Con esta gestión, dan dos años máximo antes de que el cartel de 'Se vende' aparezca en la fachada". Este acto de habla proyectivo combina diagnóstico ("esta gestión") con predicción negativa, utilizando el futuro como amenaza implícita. Pragmáticamente, traslada la crítica del plano individual al institucional, sugiriendo que los problemas son estructurales y conducirán al fracaso inevitable.

Estos ejemplos demuestran cómo las estrategias pragmáticas convierten las reseñas negativas en performances discursivas complejas, donde el contenido crítico se vehiculiza mediante relaciones estratégicas con el lector, posicionamientos de autoridad y actos de habla calculados. La eficacia persuasiva reside precisamente en esta capacidad para trascender la información factual y operar en el nivel de las relaciones interpersonales y las dinámicas de poder simbólico.

El análisis del corpus de reseñas negativas de hoteles en Cantabria ha revelado un conjunto de patrones discursivos altamente sistemáticos en la construcción de la crítica, caracterizados por una clara intencionalidad intensificadora. En términos temáticos, las

quejas se concentran en cinco núcleos principales: el servicio al cliente, la limpieza, la comodidad de las habitaciones, la relación calidad-precio y la accesibilidad de las instalaciones. Estos focos de descontento se repiten con alta frecuencia, lo que sugiere una experiencia negativa compartida que trasciende casos aislados para convertirse en una percepción estructural del sector hotelero en la región.

4.4 Resumen de hallazgos

Una vez analizados en detalle los mecanismos léxicos, sintácticos y pragmáticos de intensificación presentes en el corpus, resulta pertinente sintetizar los principales resultados obtenidos. El siguiente apartado ofrece una visión global de los hallazgos más relevantes, que servirán de base para su posterior discusión.

Desde una perspectiva lingüística, el estudio ha demostrado que los usuarios emplean una variedad de estrategias para intensificar el impacto de sus críticas, siendo la hiperbolización léxica la más frecuente. La abundancia de adjetivos evaluativos extremos, sustantivos de fuerte carga semántica y comparaciones hiperbólicas contribuye a elevar el tono emocional del discurso. El adverbio “muy”, con 89 apariciones, se destaca como intensificador privilegiado, especialmente en la modificación de adjetivos, lo cual confirma su papel central en la expresión de valoraciones negativas. La presencia sistemática de negaciones (“no”, “nada”, “sin”) refuerza aún más esta orientación negativa del discurso.

Las estrategias sintácticas analizadas revelan un uso consciente de la forma para potenciar el contenido. Estructuras como la enumeración caótica, el hipérbaton emocional y la anáfora negativa no solo comunican información, sino que organizan la queja como un crescendo argumentativo. En el plano pragmático, recursos como el vocativo, las advertencias directas al lector, las preguntas retóricas y las profecías de decadencia posicionan al evaluador como una voz autorizada que trasciende la experiencia individual para emitir un juicio público. Así, muchas reseñas adoptan un carácter performativo, donde se busca no solo denunciar, sino persuadir y advertir.

El análisis ha mostrado que las reseñas negativas no son meras descripciones espontáneas, sino discursos elaborados que responden a convenciones retóricas reconocibles, incluyendo patrones estructurales (inicio impactante, desarrollo argumentativo, cierre categórico), metáforas creativas y apelaciones emocionales. Este

repertorio discursivo revela una comunidad de práctica digital que comparte recursos lingüísticos para construir relatos de insatisfacción creíbles, impactantes y socialmente resonantes.

En conjunto, los resultados revelan un uso sistemático y multifacético de estrategias de intensificación en las reseñas negativas, que permiten a los usuarios amplificar su disconformidad de manera eficaz. Esta construcción discursiva del descontento puede tener un impacto directo en la reputación digital de los hoteles, anticipando así algunas de las implicaciones sociales y comunicativas que serán abordadas en el siguiente apartado de este trabajo.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en este trabajo permiten establecer una correspondencia directa entre las estrategias discursivas observadas en el corpus y los conceptos planteados en el marco teórico. Las formas de intensificación halladas —como la hiperbolización léxica, la modalización subjetiva o las comparaciones irónicas— no son fenómenos aislados, sino configuraciones funcionales que responden a una lógica discursiva orientada a la persuasión, la denuncia y la construcción de autoridad. En este sentido, se confirma la hipótesis inicial: la intensificación cumple un papel central en la retórica evaluativa de las reseñas negativas y no puede entenderse únicamente como un adorno expresivo, sino como una estrategia pragmática deliberada.

Estas conclusiones encuentran un respaldo directo en el marco teórico que ha guiado la investigación, especialmente en las aportaciones de Marta Albelda (2005) y Antonio Briz (2017). Según estos autores, la intensificación debe entenderse como una estrategia pragmática que permite al hablante modificar los supuestos del receptor y aumentar el impacto ilocutivo del mensaje.⁷ El análisis del corpus muestra precisamente ese efecto: los usuarios intensifican sus valoraciones para asegurarse de que su experiencia sea comprendida como relevante, creíble y emocionalmente significativa. La abundancia de adjetivos extremos, las comparaciones hiperbólicas, las exclamaciones y las apelaciones

⁷ Estos conceptos fueron desarrollados en el apartado 2.1. de este trabajo.

al lector no solo expresan frustración, sino que construyen una voz crítica que busca ser escuchada y tomada en serio.

Se observa, además, una clara correspondencia entre las estrategias identificadas en el corpus y las funciones de la intensificación descritas en el marco teórico. Por ejemplo, la llamada “modalización subjetiva”, que se manifiesta en frases como “jamás volveré” o “me sentí estafado”, confirma que los usuarios construyen su autoridad discursiva desde la experiencia personal, lo que les permite reforzar la validez de su juicio. Esta estrategia responde directamente a lo que Briz (2017) denomina la dimensión social de la intensificación, en la que el hablante gestiona su imagen frente al público. De forma similar, el uso de fórmulas como “no se lo recomendaría a nadie” o “esto es inaceptable” revela la intención de trascender la experiencia individual y generar un impacto colectivo. De este modo, muchas reseñas comienzan siendo personales, pero se transforman en advertencias dirigidas a una comunidad más amplia, lo que evidencia un componente persuasivo y casi militante en el discurso.

En este mismo sentido, conviene destacar una de las ideas centrales del marco teórico: la intensificación no es un fenómeno que dependa exclusivamente de formas lingüísticas fijas, sino que se configura de manera situada, es decir, en función del contexto en el que se produce y de los efectos que se esperan en el receptor. Tal como subraya Albelda (2007), un mismo recurso puede tener valor intensificador o pasar desapercibido dependiendo del entorno comunicativo y de las expectativas del interlocutor. Este principio se confirma en el análisis del corpus, donde observamos que expresiones relativamente simples como “muy sucio” o “nada recomendable” adquieren una fuerza persuasiva notable gracias a su inserción en un discurso digital saturado de opiniones, donde captar la atención y generar impacto es esencial. El entorno de TripAdvisor, con su lógica algorítmica y su visibilidad pública, contribuye a intensificar aún más el efecto de estos recursos, reforzando su función no solo lingüística, sino también social y performativa.

Los resultados obtenidos también confirman que muchas de las estrategias de intensificación que aparecen en las reseñas no pueden comprenderse plenamente sin considerar las características propias del entorno digital en el que se producen. Tal como se señaló en el marco teórico, según Hidalgo Downing (2022) y Colantonio (2021), el discurso digital no solo facilita la expresión pública de opiniones, sino que fomenta

formas comunicativas marcadas por la inmediatez, la emocionalidad y el impacto. En el corpus analizado, esta influencia se manifiesta en el uso reiterado de recursos como las mayúsculas, los signos de exclamación múltiples o las repeticiones gráficas, que no tendrían el mismo valor en un contexto tradicional, pero que en plataformas como TripAdvisor adquieren una función intensificadora clave. El estudio muestra que los usuarios adaptan sus estrategias lingüísticas a las normas implícitas del medio: recurren a fórmulas breves, enfáticas y visualmente llamativas para lograr que su crítica destaque entre muchas otras. Esta adaptación confirma que la intensificación crítica no responde únicamente a una necesidad expresiva individual, sino también a una lógica de visibilidad y circulación propia del discurso digital. Así, el análisis permite ver que los hablantes no solo intensifican para expresar malestar, sino para posicionarse estratégicamente como voces autorizadas en un espacio público digital donde la persuasión se juega tanto en el contenido como en la forma.

El cumplimiento de los objetivos planteados se verifica en la medida en que el corpus ha permitido identificar y clasificar con claridad los recursos de intensificación empleados por los usuarios. La frecuencia de estos mecanismos y su distribución funcional refuerzan la idea de que el discurso crítico digital se construye mediante convenciones retóricas reconocibles, cuya eficacia depende tanto de su carga emocional como de su adecuación contextual. Se confirma, además, que la intensificación léxica —a través de adjetivos extremos, sustantivos de alto impacto o metáforas descalificadoras— representa la estrategia más recurrente, aunque su efecto se ve potenciado por estructuras sintácticas enfáticas y apelaciones directas al lector.

El análisis realizado en este trabajo también permite detectar algunas limitaciones que conviene señalar. La decisión metodológica de trabajar exclusivamente con reseñas negativas impide comparar las estrategias de intensificación con posibles recursos de atenuación en reseñas positivas o neutras. Del mismo modo, el estudio no distingue entre tipos de hoteles, categorías oficiales o procedencia del cliente, factores que podrían influir en el estilo de redacción y en la intensidad de la crítica. Además, aunque se mencionan recursos digitales como mayúsculas, signos de exclamación y puntuación emocional, no se ha abordado en profundidad la dimensión multimodal del discurso digital (fotografías, emoticonos, videos), que también podría tener un efecto intensificador.

A partir de estas limitaciones se abren posibles líneas de investigación futuras. Sería especialmente interesante realizar un análisis comparativo entre reseñas positivas y negativas, para comprobar si las estrategias de intensificación se replican con signo contrario o si aparecen recursos distintos orientados a la persuasión positiva. También sería valioso explorar cómo cambian las estrategias críticas según el tipo de hotel o el perfil sociocultural del usuario, así como observar la evolución temporal del discurso crítico en función de transformaciones sociales o tecnológicas. Otro posible camino sería el estudio de la dimensión multimodal del discurso evaluativo, considerando cómo los elementos visuales refuerzan, contradicen o matizan el texto verbal.

En definitiva, este estudio ha mostrado que las reseñas negativas de hoteles publicadas en entornos digitales constituyen discursos complejos, en los que la intensificación cumple una función clave. A través de recursos léxicos, sintácticos y pragmáticos, los usuarios construyen relatos de disconformidad que no solo buscan expresar un malestar, sino también generar un efecto sobre el lector, influir en la imagen del establecimiento y participar en una comunidad crítica. La intensificación, entendida como estrategia pragmática, permite al usuario posicionarse como sujeto informado, emocionalmente implicado y capaz de incidir en la reputación de los servicios turísticos. En este sentido, las reseñas digitales se convierten en una forma contemporánea de empoderamiento comunicativo, donde el lenguaje, lejos de ser neutral, se convierte en una herramienta de acción.

6. REFERENCIAS

Albelda Marco, M. (2005). *La intensificación en el español coloquial*. [Tesis doctoral, Universitat de València]. CORA. <https://www.tdx.cat/handle/10803/9816#page=1>

Albelda Marco, M., & Estellés Arguedas, M. (2021). De nuevo sobre la intensificación pragmática: revisión y propuesta. *Estudios Románicos*, 30. <https://doi.org/10.6018/ER.470321>

Briz, A. (2017). Otra vez sobre las funciones de la intensificación en la conversación coloquial. *Boletín de filología*, 52(2), 37-58. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-93032017000200037>

Colantonio, Claudia (2022). Las reseñas de TripAdvisor: ¿un nuevo género de discurso turístico? *Textos en Proceso*, 8(1), 42-59.
<https://www.asice.se/index.php/tep/article/view/369>

Crespo Fernández, E. (2011). *La intensificación del lenguaje en el discurso publicitario: una aproximación semántico-pragmática*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante.

De la Huerta Iglesias, S. (2024). *La detección de discursos de odio en redes: La lesbofobia en Twitter, TikTok e Instagram*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Cantabria]. Ucrea. <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/34904>

Goffman, E. (1981). *Forms of Talk*. University of Pennsylvania Press.

Hidalgo Downing, R. (2020). Variación de estilo en interacciones digitales: huéspedes y hoteles en reseñas TripAdvisor. *Doxa Comunicación*, 31, 361-380.
<https://docta.ucm.es/entities/publication/363401a2-5a84-4cab-ad5b-91df2abdd72e>

Hidalgo Downing, R. (2022). Quejas, cumplidos y elogios online: Reseñas de hoteles en la plataforma TripAdvisor. *Revista signos*.
<https://www.scielo.cl/pdf/signos/v55n109/0718-0934-signos-55-109-532.pdf>

Hidalgo-Tenorio, E., & Lavid, J. (2014). El análisis del discurso digital: estado de la cuestión y perspectivas. *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 23, 25–52. <https://doi.org/10.5944/signa.vol23.2014.11270>

Mariottini, L., & Hernández Toribio, M^a I. (2016). TripAdvisor y actos de habla. Delimitaciones teóricas y propuestas metodológicas para el análisis de las estrategias de atenuación de los actos directivos. *Pragmática Sociocultural*, 4(2).
[https://www.researchgate.net/publication/309877110 TripAdvisor y actos de habla Delimitaciones teoricas y propuestas metodologicas para el analisis de las estrategias de atenuacion de los actos directivos](https://www.researchgate.net/publication/309877110_TripAdvisor_y_actos_de_habla_Delimitaciones_teoricas_y_propuestas_metodologicas_para_el_analisis_de_las_estrategias_de_atenuacion_de_los_actos_directivos)

Marwick, A., & Boyd, D. (2011). “I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience.” *New Media & Society*, 13(1), 114–133.
<https://doi.org/10.1177/1461444810365313>

Olshtain, E., & Weinbach, L. (1987). *Complaints: A study of speech act behavior among native and non-native speakers of Hebrew*. In J. Verschueren & M. Bertuccelli-Papi

(Eds.), *The pragmatic perspective: Selected papers from the 1985 International Pragmatics Conference* (pp. 195–208). John Benjamins.

Zubkovskii, A. (2019). *Los aspectos pragmáticos de la comunicación en el ámbito de las opiniones en línea sobre hoteles y las respuestas de hoteles a las opiniones*. [Trabajo Fin de Máster, Universidad de Tartu]. Tartu Ülikool. <https://dspace.ut.ee/items/a55acc79-6cc2-4ced-966f-b3fabaf918fe>

7. ANEXO

7.1. Corpus de reseñas

No volvería. Horrible la atención en el front desk, que triste que tras una pátina de “buena educación” sean soberbios y antipáticos. El desayuno a la habitación pobrísimo, pedimos 2 desayunos y 1 sola mermelada y el jamón de peor calidad de España.
Vergonzoso y camareros sin educación. El Domingo después de llegar a Santander y visitar sus maravillosas playas, nos recomendaron comer en el hotel *****... Y allá que fuimos, pero para nada, el camarero que estaba fuera ni nos miro a la cara, supongo que ir deportivo vestido y con mochila, como suelen ir los turistas es demasiado poco para este Gran Hotel. Así pues preguntamos por una mesa para comer, pero el camarero ni nos miro a la cara, y nos dijo aquí no hay nada!! en voz alta y con mala educación. Bueno pues ustedes se lo perdieron...Y a mí creo que me hicieron un favor pq después me dijeron que sois muy caros para comida tan normalita que servís. Ahora sí, Cantabria es precioso, y Santander bellísimo. Ahora vayan con tacones al hotel *****.....si no... no entran.
DECEPCIONADO La ubicación excelente, pero a un Hotel como este y a estos niveles de precios le exige mucho más. Entiendo que su dirección debería exigirlo también. Buffet pobre... limpieza de baños y apliques pobre maxime en pleno COVID.
Robo En este hotel se produjo un robo en la habitación de unos amigos que se alojaban junto a nosotros. No se hacen responsable de nada. Muy mal trato hacia ellos por parte de todo el personal del hotel. No volveremos a ir.

Ruidoso Nos alojamos en la primera planta y se oye mucho los ruidos de la calle. Además, justo esta mañana cortaban los setos del parque de abajo así que fue imposible dormir. Una pena por el precio de la habitación. Aparte de esto la habitación está muy bien. Todo muy nuevo.
No reserves si te importa tu espalda La habitación está bien muy limpia, pero el colchón puede reventarte la espalda, le salen todos los muelles, las sábanas están rotas con agujeros y las cortinas tb, pero repito el colchón puede dejarte paralítico, en 3 noches no pude dormir nada, no entiendo la gente que dice cómoda la cama, solo con pasar la mano ya tocas los muelles, por salud no reserves
Desastroso en agosto y no tienen climatizacion Huele mal, todo sucio y con olor a fritanga. No hay aire en las habitaciones y tampoco lo avisan. La recepción muy poco amable no nos explicó nada de la ciudad ni nos ayudó en el check out. No repetiremos nunca más porque ha sido muy Lamentable!
Qué decepción... Relación calidad precio nefasta, se anuncia como Hotel, pero los carteles son de hostel. Ubicación horrible, en un callejón que sirve de zona de reunión y botellón para los vecinos de enfrente. No sé dónde han estado los de las opiniones tan favorables, debe haber dos hoteles...
VERGONZOSO Nuestra experiencia cuando entramos fue buena, pero que un día llegues a la habitación, muy bien hecha la cama, muy colocadita, y cuando la habras para dormir ves que no cambiaron las sábanas que estaban sucias!!!!, VERGONZOSO !!!!!Tanta tecnología instalada en las habitaciones, muy moderna, y luego que tengas que dormir en unas sábanas sucias..... PENOSO !!
Servicio al cliente decepcionante La limpieza del Hotel no mal aunque para lo que cuesta no la he visto a la altura de lo que esperaba, especialmente en el toilet. Y lo mas decepcionante de mi experiencia ha sido el trato del personal en reception, nada profesional. Desde luego no es un lugar donde me gustaria volver.
Mala atención

La entrada es a partir de las tres de la tarde, que me parece tardísimo. Yo llegué a las 13:40 y, la persona de recepción, de malas formas, me dijo que no sabía a qué hora me podría dar la habitación. Le expliqué que venía de un viaje de 5 horas y que necesitaba cambiarme de ropa para comer, a lo que no me dió ninguna solución. Me tuve que cambiar en un baño del hotel. Pésima atención en recepción por parte de esta persona. Asimismo, solicité un kit dental al personal de limpieza (no lo hay en la habitación) y no se me facilitó.

Muy mal

Estuve con mi familia durante tres noches en este hotel. Debo decir que se trata de un hotel muy viejo, con habitaciones en apariencia reforma a las para una foto, pero no para el cliente. El internet pareciera ser de los años 90, sumamente lento y complicado para poder trabajar algo al final del día.

Un aspecto positivo es la excelente ubicación en relación con la playa el sardinero. Otra cosa positiva es el excelente desayuno que ofrecen todas la mañanas.

Mal servicio

Querían cobrar de más y a las 10:30 de la mañana estaban haciendo mi habitación aún cuando había cosas y ese día salía del hotel. Cuando les dije que todavía ocuparía la habitación me pusieron cara y ya no querían dejarme entrar. La cafetera del desayuno no funcionaba. No lo recomiendo.

Decepcionante!

Estuvimos alojados en este "hotel rural" hace unas semanas. Escribo esta crítica para ayudar a la gente que busca opiniones antes de escoger dónde alojarse. Yo suelo hacer caso a Tripadvisor pero en esta ocasión sólo había una opinión de este hotel, y era buena. Yo quiero contaros mi experiencia. Es verdad que el hotel es bonito, en un entorno precioso, y decorado con gusto. Pero tiene una serie de defectos que harían que no volviera jamás. No tiene servicio de cena (sólo ofrece carpaccios-a 22 euros el sobre) y comida enlatada(atún, espárragos, etc). Es decir, ni un sólo plato cocinado, ni tan solo una triste ensalada... Si quieres cenar tienes que irte a otro sitio, y os aseguro que en ese entorno ¡da mucha pereza moverse para buscar dónde cenar!. El desayuno lo sirven a partir de las 9:30 de la mañana y consiste en: 1 tostada de pan(de supermercado) para cada uno (ni nos ofreció tomar alguna más) y un poco de mantequilla y mermelada, un café con leche (Nesspresso) y un sobao a cada uno (poco y poca variedad). Y lo más importante, su personal no es nada cercano. La chica que

atiende al público es poco amable y nada simpática. A mí me habría gustado leer una opinión así antes de pagar 379 € por tres noches (siendo una oferta especial).
NO VOLVERE Es una pena que unas fantásticas instalaciones y un servicio estupendo, lo hechen a perder por el EXCESO DE RUIDO en las habitaciones procedente de la cafetería de la planta baja, una pena pero el ruido hasta las 24 horas y a las 7 de la mañana empezaba de nuevo.
DECEPCIÓN Habíamos estado anteriormente y nos había gustado mucho la habitación y las instalaciones, pero está segunda vez no ha tenido nada que ver. Nos dieron una habitación en otro edificio, teníamos que coger dos ascensores y andar unos 5 minutos para llegar desde recepción. Nos dijeron que nos habían puesto una y suite, pero tenía una decoración bastante antigua, teníamos que bajar 15 escaleras para poder ir al baño y hacía un calor insoportable en la parte de arriba que ni con el aire acondicionado pudimos quitar. Para colmo, celebraban una boda justo debajo y no pudimos descansar hasta que terminó la música, a pesar de quejarnos en dos ocasiones a recepción no nos ofrecieron cambiar de habitación. Es una pena, pero no volveremos. Os aconsejamos asegurarnos de que habitación os dan, si queréis poder descansar.
Experiencia algo desagradable Las habitaciones son ruidosas, la 129 esta encima de la cocina, hasta las 23:00 no puedes dormir por el ruido y a las 7:00 te despiertan con el ruido de la cocina. El personal de recepción te habla de forma arrogante. En el balneario el trato es de ambulatorio. Practicante te arrastran de un tratamiento a otro. Las instalaciones del balneario estan desatendidas. Faltan azulejos y hay techos manchados. El templo del agua parece una playa ...mucho ruido. Igual que las saunas.
Muy viejo Aunque esta limpio, está muy anticuado y los colchones son muy incómodos. El spa no está del todo mal, pero es muy caro para las habitaciones e instalaciones que tiene. El desayuno correcto. A o sejo reservar si se quiere algún tratamiento antes de ir, no hay sitio.
Trato pésimo y sin ganas No entiendo el trato de las personas que hay en la zona del balneario. Trato muy distante y arisco, casi sin contestar a las preguntas que se les hace y no contestando a alguna de

las preguntas que se les hace. Los masajes tampoco son gran cosa comparado con otros sitios que he estado. Sin duda recomendaría otro balneario de la zona para ir a darse unos baños y un masaje.
Poca tranquilidad Llevamos 3 noches aquí y cada tarde nos acompaña una música para mi gusto demasiado alta que tocan en el parque que también pertenece al balneario. El hilo musical del hotel de Richard Clayderman describe lo que es este balneario que se ha quedado anclado en el pasado. El personal es muy atento. La piscina muy limpia y el templo del agua vale la pena. La relación calidad precio no se corresponde. No volveremos.
Mucho por mejorar Mucho por mejorar, instalar ascensor en plantas superiores para no tener el cliente que cargar con el equipaje. Quitar esa moqueta, está demasiado sucia, foco de acaros. La bañera, de muy difícil acceso para la ducha diaria, todos los días te juegas el tipo para evitar una caída.
Un poco decepcionante Poco espacio de restauración para los usuarios que admiten, lo que provoca esperas desesperantes u horarios inconvenientes. El personal muy amable y la ubicación excelente. Nos dieron poca información sobre el entorno natural.
Falta personal Falta personal, y se nota en la calidad, velocidad y cantidad de los servicios que se ofrecen. Es mi primera experiencia en un Parador, y quiero pensar que no es una cosa generalizada de toda la red de Paradores, sino algo puntual de este Parador en concreto. En general, la calidad de los productos y servicios ofrecidos no se corresponde con los precios. De verdad que esperaba mucho más, vista la fama que tienen los Paradores, y el precio que cuestan.
No volveremos. De la primera vez que fuimos a la última, este pasado octubre, han pasado unos treinta y ocho años y, la verdad, está bastante necesitado de reformar. Fuimos unos cuantos amigos (15) y nos tuvieron esperando cuarenta minutos hasta que nos dieron las llaves por estar rellenando las fichas delante de nosotros. Por cierto, desinfectaban las llaves delante de nosotros pero, sin embargo, el bolígrafo para firmar no se desinfectaba. El

desayuno, como en buena parte de la hostelería española, abusando del prefabricado y con el añadido, en este caso, del alto precio.
Gerencia poco profesional tras un contratiempo Gerente poco profesional y asqueado (es mejor jubilarse a tiempo ciertamente) si la cabeza visible es así se entiende la dejadez y poca profesionalidad de algunos subordinados. Habiendo tantos alojamientos por la zona este no le recomendaría hoy por hoy. El desayuno deja que desear y la calidad de la comida es muy normal. Aunque lleve el sello de PARADORES parece ser que ya no es garantía. La limpieza es de lo mejorcito la verdad. No es un hotel 3 estrellas bajo mi punto de vista.
Habitación ruidosa, vistas a un aparcamiento, obsoleto y viejo, falta de mantenimiento habitación junto al ascensor y escaleras, también junto a un salón de reuniones, vistas a un aparcamiento, mobiliario y decoración de hace 50 años, falta de mantenimiento, restaurante y cafetería pobre en productos.
Terrible experiencia Mi esposa y yo nos quedamos una noche a dormir y fuimos a cenar al restaurante, después de comer un arroz en tinta de calamar nos fuimos a dormir y un par de horas después vomitamos el resto de la noche, al día siguiente les comentamos a las personas de recepción y su respuesta fue muy grosera, insinuando que nadie más se había quejado y por lo tanto estábamos mintiendo.... Hace dos días que salimos del hotel y seguimos muy enfermos por causa de esa cena. Como dije antes ha sido una terrible experiencia de servicio al cliente ya que la comida puede fallar en cualquier sitio por un error, pero la falta de empatía y las formas para atender estos casos fue lamentable.
ESCALERAS A FALTA DE ASCENSORES Muy mal, nos alojaron en un primer piso con elevación a un segundo nivel, donde no hay ascensores y tuvimos que subir escaleras cargados, 4 personas, con sus respectivas maletas y trastero. Un desastre y que además provocó una lesión física.
Un parador lleno de ruido y gritos. Al parador le sobra una estrella, tiene muchísimo ruido de la gente gritando, niños chillando y corriendo, el suelo de madera que es muy escandaloso. En la recepción hacen más caso a los extranjeros que a los españoles. La verdad que de los peores que hemos estado.

HOTEL CARO Y MALO La habitación cara , antigua, sin acceso con ascensor, con un calor horroroso y pusieron la calefaccion, no hicieron la limpieza de la habitación, LA CAMA CON EL COLCHON HORROROSO, el desayuno café de calcetín, y no tiene calidad...para 15 euros que cobran...pan prefabricado de plástico y poca variedad...
El peor hotel precio calidad de España Falta absoluta de mantenimiento, el hotel, el mobiliario, el aire acondicionado, el elvador son viejos, mal mantenidos, el personal no es amable, muy mala experiencia. No hay instrucciones para entrar al parking, recepción no abre la puerta del parking, deben cambiar los elevadores y el equipo de aire acondicionado ya que NO SIRVE.
Decisión equivocada Decidí contratar este hotel por intentar dar tranquilidad a mi hija que se examinaba en Santander, por cercanía al lugar de exámenes y por contar con 4 estrellas, lo que me hizo pensar que cumpliría con unos mínimos. Me equivoqué. A las 6,30 de la mañana ruidos insoportables, de portazos, arrastre de camas...etc. Además, la calefacción central estaba muy fuerte y no se pudo solucionar el problema en recepción. Muchos compañeros se hospedaron en un hotel más económico y todo fue perfecto. Sus 4 estrellas no son merecidas. Destacar la amabilidad del personal. Gracias.
MAL: habitación, limpieza, moqueta... Muy mala impresión. 2 noches, habitación doble, casi 500€, y ventanal a patio interior muy feo. Moqueta maloliente en pasillos Y muy sucia. Habitación con serios deficits de limpieza en varios puntos (adjunto fotos). En resumen, lamentable. Lo demás no importa cuando pagas ese precio por ese producto. Muy decepcionado.
Una decepción Lo mejor la ubicación y el personal de desayuno, el resto deja mucho que desear. La habitación correcta pero que ofrece los amenices para una sola persona mientras que éramos dos, al solicitar más gel de ducha no solo lo pedí más de unas veces sino que por más que aclare somos dos no logre que nos dejaran lo suficiente. Las alfombras rotas, gastadas, en el techo del 4 piso hay arreglos de humedad sin pintar. El hotel está en obra es cierto pero los huéspedes entramos a una recepción llena de polvo y no te dan habitación en los pisos mejorados sino en otros que están en un estado lamentable. La verdad que me había alojado en otros años en esta cadena pero los dos hoteles por los que opté esta vez dejaron mucho que desear un pena, no volveré a elegirlos.

Decepción absoluta No esperaba encontrarme algo gran lujo, pero desde luego carece de muchas cosas para calificarlo de 4 estrellas. Según la descripción de su web, la habitación que pedí, tenía vistas al casco histórico y centro financiero... adjunto foto, un edificio bastante sin más delante y cuatro cosas más. En la habitación hay una carta de Movistar plus ofertando muchos canales, nada más lejos, dado que pregunte y me dijeron que igual había uno de los canales, que no existía esa variedad y que lo sentían. Habitación tranquila y espaciosa, tranquila si no hay coches y nadie está hablando en el pasillo, no hay mucha insonorización. Me llamo la atención un cuadro colgado en la habitación torcidísimo, parecía que lo habían colgado sin tener ni idea vamos. Limpieza y demás muy bien en la habitación. Por lo demás lo califico como vende humos y debería tener menor categoría.
Nada recomendable Las habitaciones en general están descuidadas, mobiliario viejo, olores raros. El check out me tomó más de media hora, a pesar de que supliqué que se dieran prisa por que llegana tarde a mi cita, me miraron con ojos de me da igual. La señora de la recepción podría ser un poco más amable hacia los huéspedes. La cama era como de 1995, nada cómoda.
HABITACIÓN CON OLOR A TABACO Estuvimos de viaje por negocios, la habitación pequeña, con vistas a un patio horrible, poca limpieza en la habitación, y lo peor la habitación olía a tabaco o un olor muy desagradable, servicio al cliente pésimo, desayuno muy caro poca variedad, no repetiría nunca en este hotel.
Habitación ruidosa Si tienen la desgracia de que les toque una habitación de las que acaban en 12 en pisos bajos olvidense del descanso. Hay un motor que arranca a intervalos y que impide dormir a alguien que como yo no es muy sensible a los ruidos.
congelación Este hotel es cierto que está céntrico, pero en noviembre no funcionaba la calefacción en ninguna de las habitaciones. Al quejarme me dejaron un pequeño y ruidoso calefactor. A compañero de trabajo no eso. Desayuno muy industrial. Cisterna rota del lavabo. En fin, no lo recomiendo.
Decepcionante

Estuve en mayo con mi pareja y nos defraudo bastante. No es un hotel digno de tener 4 estrellas. Paredes manchadas, sábanas sucias y con pelos, colchón con muelles que se clavan, bombillas fundidas en la habitación... En fin, nada recomendable.
Falta limpieza La limpieza deja mucho que desear. La bañera pierde agua por los rincones y va al suelo. La bañera es muy vieja. El parking está muy sucio y huele mal. La habitación muy pequeña. En las habitaciones comunes del hotel hace mucho calor. Solo ponen el aire acondicionado puntualmente y pasas mucho calor. Hay que adaptarse al tiempo.
No recomendable Lo mejor el personal de recepción. De lo demás todo mejorable y bastante, la limpieza de habitaciones muy escasa y la cafetería tienen que ponerse de acuerdo cuando cobran, los tres días que estubo allí siempre pedía lo mismo y depende quién te atiende te cobra un precio u otro así que no me voy contento.
Sablazo He ido con una amiga a tomar un café con helado a la terraza de este hotel y al probarlo notamos que estaba muy amargo, por lo que pedimos que si nos podían echar un poco de leche o de helado para quitar el amargor. Nos pusieron un poco más de helado (1/2 bola) más o menos pero no mejoró la cosa. Y menos cuando vino la cuenta. Una pena que un sitio de esta categoría sea tan pichirri y meta esos sablazos. Ni la atención es buena. No vuelvo.
HORROROSO Lo único bueno era el desayuno, la cena pésima y se servía fría las habitaciones pequeñas por no hablar de los baños... Ni tan si quiera los complementos de baño pésimo encima la calidad precio nefasto.
Trato totalmente mejorable Hemos acudido un grupo de amigos a pasar el rato y nos han invitado a irnos únicamente porque uno de doce personas no le apetecía tomar nada en ese momento, dándonos además muy malas contestaciones. Muy descontentos con el servicio que nos ha ofrecido dicho camarero. No pienso volver.
No hay aseos para sillas de ruedas Fuimos a comer un grupo grande, y la comida y servicio correctos, pero oh sorpresa uno de los comensales que está en una silla de ruedas quiso ir al baño y no pudo entrar porque no tienen ni un solo aseo habilitado para ello!!!!

Demasiadas estrellas

La recepción extraordinaria, pero empezamos con que el garaje no está comunicado con el hotel. En toda la habitación sólo hay un enchufe en el baño así que para cargar los móviles de uno en uno. Los camareros de cafeteria de pena. Me ponen un Gintonic en Copa de vino y me dicen "es que aquí los ponemos asi" amén de la cara de mala leche que tenían siempre. Conclusión, no vuelvo.

Sobran estrellas

Está bien la ubicación, pero por lo demás encontramos varias carencias, como un solo enchufe en el baño, ninguno en las mesillas para cargar los móviles. En la ducha (grifería incómoda) no hay ningún lugar para dejar el jabón, no hay escobilla. Nos pareció muy justito todo para cuatro estrellas, y muy cutre que no incluyera el desayuno por el precio que pagamos. No volvería.

Sin poder dormir

Sin poder dormir gracias a que se está celebrando una boda, y cuando me medio duermo, llega algún invitado a la habitación de al lado y me despierta, vuelta otra vez a dormir, y me despierta el de arriba. Hay mucha diferencia entre unas habitaciones y otras, unas tienen un pequeñísimo balcón y otras tienen una enorme terraza. De vistas al mar nada de nada. Desde luego, primera y última vez que vengo a este hotel, hay mucho mejores al mismo y menor precio. El personal super simpático y amable, pero el hotel estoy deseando irme.

4 ESTRELLAS??

Era mi primera vez en este Hotel reservado por su proximidad al Palacio de la Magdalena. No entiendo la clasificación de este Hotel. Su distribución interior, su decoración, calidad de baños, desayunos son de 2 estrellas. El servicio es muy atento y tiene un pequeño jardín que quizás le dio más cache.

HUYAN DE ESTE HOTEL

Estuve alojado a mediados de julio con unos amigos. Me pareció que el hotel tenía una MUY mala organización, se nota que la dirección no controla la situación y le viene grande. Además la decoración deja mucho que desear, con luces de neón en los pasillos que se parecen al barrio rojo de Ámsterdam, denostable. Muchos clientes van allí con sus queridas, incluso con prostitutas de los alrededores. Salir afuera fue además muy desagradable por los gases contaminantes que emite la fábrica verde situada en frente

del párking. Se trata de un entorno de fábricas donde no es muy recomendable pasear de noche solo. Si fuera con mi novia no repetiría ni loco.

GRAN DECEPCION CON ESTE HOTEL

La experiencia en el hotel por fuera, EXPLENDIDA!!!

Pero LAS COSAS POR DENTRO CAMBIAN, para empezar un mal trato del personal es insultante, pésimo, paupérrimo, muy mal trato. La habitación muy bonita a la vista pero una vergüenza si te detienes a mirarla, sangre en las cortinas, residuos de dudoso procedencia y mejor quedarse con la duda, sustratos alimenticios putrefactos en la nevera. Mejor ni hablar de los baños, el olor insoportable procedente de los desagües son totalmente intolerables, al igual que restos fecales en el inodoro y ya el moho de la ducha parece de un muy mal chiste. Un disgusto intenso abunda mi ilusión de haber pasado una buena experiencia, espero que estos pequeños pero significantes cambios se corrijan por parte del hotel y con esto una vuelta mis buenos recuerdos que yo tenia de este hotel. Un saludo, una pena haberme llevado este disgusto.

Servicio de cafetería que deja mucho que desear

Una pena lo que ha caído el servicio de cafetería de este hotel que siempre se caracterizo por unos altos estándares de atención al cliente y calidad en el servicio. Se ha convertido en una cafetería más, que en nada está a la altura de un establecimiento de esa categoría ni del precio que cobran por las consumiciones. Un hotel de 5 estrellas como reza tener, no debería descuidar su servicio de cafetería con una atención que dista mucho de merecer una calificación de aprobado.

¡¡QUITEN ESTRELLAS YA!!

¡¡Que pena de hotel!! Con lo bonito que es el edificio y con tanta historia lo están dejando perder. Esta claro que el mobiliario es hiper antiguo, pero es algo que ya sabes porque el hotel tiene más de 100 años. Lo que da pena y no corresponde a un hotel 5*GL es que los amenities pobres, todo de dosificación, solo una toalla por persona , no hacen la cobertura antes de dormir , así que si tienes las toallas mojadas puede que a la mañana siguiente permanezcan mojadas , sin detalle de bienvenida, el desayuno es aceptable lo que no está bien es que nadie te haga un café , las máquinas son de café del malo y si quieres un expreso pues te fastidias ... todo abierto , hacia un frío que pelaba ... a la hora del check out nadie para ayudarte con las maletas , bajar todo por escaleras sin rampa y arriesgarte a caerte ... un desastre , yo creo que 4 estrellas se le quedaría grande.

!!!Evitar por completo!!!

Esta no es una experiencia de Gran Lujo... ¡decepcionante! Tuve que subir el equipaje por las escaleras de la entrada debido a la falta de servicio. El portero no se ve por ninguna parte... La recepción no pudo encontrar la habitación reservada (vista al mar) e hizo todo lo posible, pero me dio una habitación con vista parcial al mar que tenía una pared al lado de la terraza. No hay wifi en la habitación a pesar de quejarse en recepción. Y la caja fuerte de la habitación no funciona. No hay servicio nocturno / servicio de cobertura que esperaría de esta propiedad. Completa pérdida de dinero.... futuros huéspedes ten cuidado. Los dueños deben estar pensando en vender el lugar porque hay muy mal servicio.

Mal servicio

El Hotel se supone que es 5 estrellas, desde que llegas no hay quien te ayude a bajar maletas, estacionar auto etc. Los de la recepción fueron amables, llegando al cuarto todo bien, quisimos prender el aire acondicionado porque el cuarto estaba a 37.5 y solo subió la temperatura a 39, cuando hablamos para decir que no servia nos comentaron que tienen la calefacción central y siempre si está prendido el A/C sale caliente.

CAMBIOS A PEOR

Se va perdiendo parte de la esencia de este hotel que va viendo como sus Clientes de siempre no van. En nuestro caso con tristeza las ultimas actualizaciones del hotel nos dejan fuera porque no podemos ir con nuestra mascota como antes, y sin ella pues tampoco porque somos de Costumbres y de familia. Una lastima que nos aleja de los hoteles 5 Estrellas europeos más IN

Decepcionante aniversario de boda

Muy desplazado del centro, solo lo aconsejo si vas con coche, el baño y el desayuno muy bien, la habitación sin vistas y minúscula, el baño era más grande, habitación no llega a 3 estrellas, cama pequeña, Le salva de la quema a este hotel los salones y estancias comunes q si son de categoría.

Gran Lujo?

Mi pareja y yo nos alojamos aquí con motivo del compromiso de nuestra boda y nos alojaron en una habitación al lado del ascensor y no pudimos dormir con los ruidos. Lo comunicamos y nos dijeron que "para la próxima lo tendrían en cuenta". Eso no es propio de un hotel 5 Estrellas.

UNA DECEPCIÓN

El hotel es un desastre. Estamos ahora mismo en la JUNIOR SUITE 410 y hay una boda en el hotel y el ruido es insoportable. No se puede dormir. Las ventanas no tienen persianas. No volveremos nunca. Esta mañana hemos intentado hablar con alguien porque no sabíamos donde estaba el spa y no hemos encontrado a nadie. El servicio es muy justo. Después, en el spa, he preguntado por manicura y peluquería y me han dicho que hoy no había y al poco rato me han dicho que o había nunca.

Es la primera vez que veo que en un hotel de 5 estrellas no hay una papelería en el salón. Se nota que le han dado solo un lavado de cara.

El cuarto de baño no tiene ni Kleenex y tampoco hay donde dejar la ridícula pastilla de jabón. También es ridiculizar el champú y gel de baño para dos personas, no he visto nada más cutre. En fin, esperábamos otra cosa y no se puede recomendar a nadie.

COGE FAMA

Mi experiencia fué nefasta, llegamos el 7 de octubre de Bilbao de disfrutar de un concierto de Sabina, teníamos una habitación reservada con cena, y NO TENIA CALEFACCION, cenamos con las chaquetas puestas dentro de la habitación, solicitamos la calefacción y nos dijeron que no estaba puesta y que se encendería el radiador del baño por la mañana, cosa que tampoco ocurrió. La experiencia que iba a ser la guinda de un fin de semana en pareja, se convirtió en algo muy desagradable.

Reforma urgente y total

Precioso edificio, y hasta aquí... Desayuno normalito, habitaciones infumables, y eso que nos cambiaron por darnos una pegada al sonoro ascensor. Está muy muy viejo, no es que sea vintage, es que no se mantiene, muebles viejos, alfombras rotas, baños obsoletos, y olor a rancio. Una pena, se ha dejado del todo, hasta en el personal... todo es un rancio abolengo que no vale lo que se paga ni mucho menos, y si quiere intimidad olvídense, los jadeos, pisadas y conversaciones serán públicas con sus vecinos de habitación. Ah y se admiten perritos chillones, que con la nula insonorización no ayuda a mejorar la nota.

Nos quedamos muy decepcionados.

El spa es la peor que he visto y te cobran extra para su uso, las habitaciones están deterioradas. El desayuno era bueno, pero empieza demasiado tarde para cualquiera que está allí por negocios para poder tomar el desayuno

Gran lujo NO

Le hace falta un buen repaso, cuando llegamos nadie salió a subirnos las maletas (digo subir) porque tiene unas cuantas escaleras, para ir a la habitación no vino nadie. El bufé muy bueno y los camareros con mucha amabilidad y pendientes de todo un diez.
Ruidos de madrugada, camiones de basura recogiendo decenas de cubos con vidrios, imposible dormir Pesimo, si esto es 5 estrellas que venga dios y lo vea, he estado en hostales del centro de Madrid mejores, ruidos, buffet escaso para el desayuno, limpieza regular, sin tv de pago, no se si la dueña tiene padrino en el gobierno de Cantabria para que la den 5 estrellas...no se os ocurra gastaros el pastizal que tiramos a la basura nosotros, avisados estais.
Horrible servicio al cliente Hice una reserva que debía pagarse a la llegada, luego la propiedad me cobró el importe total el mismo día que mi banco bloqueó por temor a fraude. Luego me amenazaron con la cancelación si no podían asumir el cargo completo de inmediato, que tampoco eran los términos que había acordado. Belén fue discutidora y grosera, pero como acepté pagar en la propiedad, no tenían derecho a cobrarme el total de inmediato. Si así es como tratan a los huéspedes, lo mejor es evitar este hotel.
Decepción Las instalaciones son viejas y nada cómodas. No se podía estar en ninguna sala por el frio que hacía y la habitación, muy triste, no disponía de ninguna ventana, solo un tragaluz. El desayuno francamente mejorable. Increíble que sea un hotel de 5 estrellas.
digamos que es un hotel "crujiente" Por desgracia para nosotros, puesto que íbamos con un niño pequeño de apenas 10 meses, no pudimos pegar ojo. El hotel es muy bonito, cargado de historia y estratégicamente situado, pero no merece la calificación de 5 estrellas, sino más bien, una de 3. Es imposible dormir, ya que cualquier persona que pase por el pasillo, cuando alguien coge el ascensor, o simplemente estornuda, retumba el hotel entero. Necesita reformas urgentes, muy muy viejo. Reservamos para dos noches y nos fuimos a la primera. No volvería.
Nada que ver con hoteles de su categoría Estuvimos en Octubre de 2007, fin de semana romantico creo que se llamaba el pack, de lo ofrecido nada de nada, tuvimos que pedir la degustación de licore de la zona, la

botella de cava, que la sirvieron caliente, en la habitación todos los ruidos del mundo, el jacuzzi mal funcionaba, una toalla rota, los petalos de rosa un cestito insignificante en el baño, sin garage un aparcamiento de difícil acceso en un solar posterior. Tendrían mucho que aprender en cuanto a estilo y saber estar de otros hoteles españoles en similares que la estancia resulta fantástica.
Mucha estrella para poco El hotel esta en en centro, pero carece de muchos servicios. La dueña va con aires de superior y no me gusto nada, no tiene restaurante y el parking tiene malisima entrada y salida. No servicio de noche.
Hotel ruidoso y en un edificio mal construido para hotel El hotel no está a la altura. La estructura del hotel es básica: se escuchan ruidos de la habitación de al lado, del pasillo, del baño de arriba de abajo de un lado y del otro, de la tubería de las habitaciones de los vecinos y hasta del comedor de planta baja. En fin, para nada recomendable. Del resto ya no vale la pena que critique. La recepcionista bien dispuesta y encantadora pero no hacemos nada con ello.
No me gustó nada. El hotel está muy bien ubicado. pero el desayuno es pésimo. En los productos típicos de la región sólo estaban los carteles de los quesos, pero queso no había ninguno y el cartel de los sobaos sin ningún sobao. La habitación era abuhardillada. Si mides más de 1.70 tienes que orinar sentado.
El centro está cerca y hay aparcamiento sin coste en una subida si no todo de pago. Habitación muy pequeña. El hotel mal cuidado y antiguo.no lo recomiendo. Al llegar pedí información a la recepcionista y es la explicación más breve que me han dado solo señaló en el plano el centro y listo. Lo único bueno que está cerca del centro. Si os ayuda hay hoteles cercanos a este que parecían mejores.
Horrible. El peor hotel que ya hemos conocido. Aparcamiento indisponible a todas las habitaciones, la habitación tenía olor a tabaco, otra que nos ofrecieron tenía la ventana al parking y olía a humedad. Cuando llegamos no había sitio para aparcar y bajar con las maletas, después de entrar a la habitación que olía a tabaco salí con el coche casi media noche, chovia mucho y fui a buscar un parking publico que no estuviera completo, ya que el parking de convenio del hotel estaba completo. Los ascensores son pequeños no caben las maletas y dos personas. La

habitación es demasiado pequeña, no caben dos maletas abiertas. La habitación es vieja y mal conservada. En resumen una gran decepción.
HABITACION DISCAPACITADOS Lamentablemente se anuncian como adaptado a discapacitados y disponen solo de 2 habitaciones pequeñísimas, por no decir que ridículas, donde sólo adaptan el plato de ducha (el inodoro está colocado pegado a la puerta) y es tan pequeño, que es imposible acercarse con la silla de ruedas. Deberían borrar lo de ‘adaptabilidad’ pues no es cierto. Tuve que irme.
Muy ruidoso. Sin calefacción individual Fuimos a descansar 10 días, no descansamos ni uno. Las camas súper incómodas al igual que las almohadas. Muchísimo calor en las habitaciones, cuando les mencionamos que el equipo de calefacción de la habitación no funcionaba nos dicen q no es q no funciona, es que la calefacción la regulan ellos, que abramos la ventana, así que todos los días aparte de dormir incómodos pasamos calor y por supuesto dormíamos mal porque se escuchaban los ruidos de la calle. A la mañana bien temprano las de limpieza empezaban a arrastrar muebles, así que en definitiva fue de terror la estancia, no repetiríamos. El personal es súper amable.
¡Pésimo! para no repetir ¡De lo peor! Muy mal el trato de la recepcionista, y mal educada, no sabe como tratar al turista. Las habitaciones incómodas son como cajas de ratones, el armario donde se encuentra el refrigerador sin cerradura, el WC mal ubicado e incómodo. ¡A parte en la reserva me incluía supuestamente el desayuno, me lo cobraron! 22,00€ por tomarme un café pequeño y una rebanada de pan, (pésimo la comida y caro). El estacionamiento super pequeño no caben los coches grandes, se quedan atascados y los rozas, me parece carísimo pagar 14,50€ el parking por dejar el coche por una noche. Decepcionante este hotel, jamás volvería ni lo recomiendo a nadie. Le sobran las pocas estrellas y el nombre le queda grande.
Como te coincida un perro ladrando en la habitación de al lado no pegas ojo No pudimos dormir hasta las doce de la noche por ladridos de perro en la habitación contigua. El personal muy atento pero la dirección debería plantearse el separar la zona donde duermen huéspedes con perros de la que duermen los otros clientes ya que creo que a un hotel se va a descansar después de un largo viaje.
Descuidado y sucio

Empecemos por aclarar que la culpa es mía, ¿cómo se me ocurre volver? En serio, lo de esta cadena no tiene nombre, dejadez y suciedad a más no poder. Ni aunque me pagaran volvería a un hotel así. No puedo entender cómo pueden tener el hotel tan descuidado y tan SUCIO (pelos en el cuarto de baño, polvo por los rincones, muebles rotos, etc.). Como muestra dejo algunas fotos.
Un hotel muy justito El hotel de limpieza y ubicación está bien. Lo peor fue al abrir la ventana y ver q daba al parking exterior y q teníamos un coche aparcado a la altura de la ventana. No tuvimos ninguna intimididad cuando por la mañana el parking era un ir y venir de gente. Nos vimos obligados a cerrar la cortina y estar sin luz natural en una habitación muy pequeña. El precio por el perro me pareció excesivo,30 euros, y ningún detalle a cambio. El desayuno muy muy justito. No lo recomendaría y no creo que vuelva.
TOTAL DECEPCIÓN Lo unico que puedo destacar es la ubicación que ciertamente es espectacular. Por lo demás las cuatro estrellas le vienen muy grandes. El hotel necesita una gran reforma. Habíamos reservado una semana de estancia pero debido a los desagradables olores en la habitación y a que ni el personal del hotel ni nadie nos dio una solución, más allá de echar ambientador, nos marchamos después de una noche. La verdad no pareció importarles ni siquiera un poco a pesar de que a nosotros mos fastidieron las vacaciones.
Decepción No hacen el check in hasta las 14,30, habitación con vistas a un tejado por donde entraban infinidad de insectos, arañas, cucarachas y el último una escalopendra, el aire acondicionado tenía vida propia y el hilo musical con los agujeros de los cables, el portarollos del baño colgando, ni un solo dia nos hicieron la habitación de 8'30 a 15h. Lo único que los salva son los camareros del comedor que son unos auténticos profesionales y la comida abundante.
Vergonzoso Estuvimos cinco días en el hotel, un grupo de 42 personas, para visitar la zona. Resultó una vergüenza absoluta la última noche, en la que había una boda que estuvo con la música a todo volumen hasta las 2 de la madrugada. Por supuesto no pudimos dormir. Cuando fuimos a recepción a quejarnos nos dijeron que había boda, que no iban a hacer nada al respecto. No lo recomiendo en absoluto.

Necesita una Reforma Urgente El hotel necesita una reforma urgente, una capa de pintura y renovar el mobiliario. El servicio del bar es lento, caótico y nada amable (además de hablarse a gritos entre ellos). Falta formación y actitud. El gimnasio no tiene ventilación, los WC de la piscina son sucios, la tapicería del sillón de la habitación y las alfombras, dan grima. Hay zonas rotas y desconchadas por toda la instalación. No hay una sala donde estar en caso de lluvia. El hotel está ubicado sobre una playa preciosa, pero ojo, los alrededores no son el pueblo de Isla, sino un anexo repleto de apartamentos turísticos de nueva construcción. Yo trabajé en un hotel de 4 estrellas en Madrid y Este hotel no llega ni a las tres estrellas. No lo aconsejo para ir con niños en absoluto.
Mejor me hubiera quedado en casa No están a la altura de las estrellas... Las toallas están casi con agujeros de lo desgastadas que están. Donde se ha visto un minibar con llave y tiene agua y lo peor es cuesta un montón abrirlo. Llevo despierta desde las 5 porque ha habido jaleo en los pasillos eso no es del todo culpa del hotel sino de los imbéciles que no respetan a los demás y no saben beber.
Urgente renovación en muchos aspectos Necesita una profunda renovación urgente. Desorganizado, en mal estado, los olores, personal sin formar, muy decadente. Parece decorado con restos de muebles de segunda mano, los perros maltratan el mobiliario y no se arregla, desidia del personal, olores en cuartos de baño. El viajero debe saberlo antes de afrontar un precio nada barato.
Un quiero y no puedo Las comidas fatal, el agua caliente, la comida fría, monotonía y poca variedad, no había buffet para comidas/cenas, te daban a elegir 3 primeros y 2 segundos, en muchos casos ninguno de los platos comidas básicas y había buffet con alguien que te lo daba en el desayuno (2 tipos de bollería, siempre lo mismo), eso sí, la máquina de café y zumo ahí estaba, si te contagias no pasa nada... La atención del personal deja mucho que desear, notas distinta atención a unos que a otros. En mi caso, habitación de la segunda planta, viejuno, el baño muy bien y la limpieza también bien. En general sería un hotel de 3 estrellas normalito, pero en ningún caso un 4... Ubicación y entorno muy bien.
Nada

Este hotel no tiene nada de un 4 estrellas. La única cosa que es muy bien es el sitio del hotel. La comida muy mala. El hotel necesita una gran reforma es muy viejo. Estuve con un grupo de viaje con el corte inglés y tenía que ser en un hotel 4 estrellas Gran clase y eso no fue para nada. Muy disgustada por el hotel y la comida.
Hotel viejo y anticuado. Buena ubicación Todo el hotel necesita ser reformado. Todo es obsoleto. La decoración nefasta. El precio es altísimo para los servicios que ofrecen. Lo único bueno es su ubicación y el desayuno mediocre. En vez de cuatro estrellas le daría 2. Está abandonado. Una pena. No volvería.
Hotel caro sin desayuno incluido Para mí es un hotel caro y anticuado. A parte de costarme la noche 65€ no entró el desayuno. Acudí a desayunar abajo y en la barra solo había un camarero y estaba a tope de gente. Las habitaciones están obsoletas con su persiana electrica que despierta a medio hotel. No es recomendable para nada.
Penoso Hotel anticuado, caro, incómodo y mala atención. La comida no es nada del otro mundo para el precio que tiene. Pongo 1 estrella porque 0 no me deja. Aunque el entorno es muy bonito no volveré a este hotel y no lo recomiendo.
Ubicacion paradisiaca habitaciones viejas Tuvimos una boda. La ceremonia y la comida fueron en el hotel. La ceremonia en la playa preciosa, el aperitivo y la comida en los jardines estupendo tanto el sitio como la buena cocina. Pero las habitaciones necesitan una reforma, muy viejas. El baño con las primeras bañeras de hidromasaje que salieron. Azulejos y muebles pasados de moda, con cortinas, no mampara. Las paredes desconchadas, colchas viejas con bolas...pésimo. El desayuno buffet bueno.
Instalaciones anticuadas Al llegar, la recepcionista nos atendió amablemente. La recepción es amplia y digna de un hotel de esas características, los ascensores igual. La decepción viene al ver la habitación. Parecía que regresabamos en una máquina del tiempo a los 80. Las instalaciones están desfasadas, las paredes mal pintadas y la puerta de la terraza no cerraba correctamente. Una decepción para ser un hotel de 4 *. Creemos que necesita renovar sus instalaciones. En nuestra opinión, nos sentimos decepcionados. No volveremos.

Falta de profesionalidad recepcionista Estuvimos 4 noches con la intención de pasar unos agradables días de descanso y tranquilidad en la naturaleza. Nuestra experiencia se vio truncada cuando la tercera noche, a la una de la madrugada, mientras estábamos durmiendo nos vino a llamar a la puerta de la habitación una mujer de recepción acusándonos de estar armando follón. A la mañana siguiente nos fuimos a quejar a recepción por este comportamiento tan surrealista e insólito, falto de pruebas y de veracidad. No volveremos a un hotel donde se despierta a los clientes a la una de la madrugada, para acusarles de mentiras. Añadir además que los desagües tienen un olor insoportable.
Sin comentarios No sé que obsesión tienen con que se pague en efectivo. me lo recalcaron varias veces, que si pagaba en metálico me hacían un descuento. Vamos a ver, es mi dinero y mis vacaciones, pagaré como yo quiera. ¿O es que no nos gusta declararlo?
Decepcionante El hotel por fuera es precioso, tanto los jardines como los edificios son preciosos, pero por dentro... las habitaciones parece que estuvieran separadas por una hoja de papel en vez de una pared, podía escuchar al vecino estornudar como si estuviera en mi habitación.... ¡¡¡FATAL!!! ni lo recomiendo ni volvería...
Pésimo No merece la pena reservar media pensión. La cena... Albóndigas de lata y poca variedad. Ponen pan congelado, agua malísima y vino rellena la botella. Wifi malo. Reservamos hab triple y nos pusieron una cuna en una hab doble. El lavabo olía mal nada más entrar. No repetiremos.
No recomendable Estuvimos con mi pareja en Agosto, nos extraviaron una prenda de vestir (pijama) y tras repetidas llamadas al hotel no nos dieron ninguna solución. Aparte de esto la habitación que nos tocó era de tamaño reducido y algo anticuada. No lo recomiendo
No es para 4 estrellas No sé cómo conseguir este hotel de 4 estrellas. En mi habitación siempre fue problema con conexión wifi y el personal no hizo nada para solucionar este problema. La habitación estaba limpia cada día, pero me pareció que las hormigas caminando por el suelo! El desayuno era bueno, pero no cualquier verdura.
Malo y sobrevalorado. Le sobran 2 estrellas.

El hotel necesita una buena reforma. Las habitaciones huelen a rancio, como si un olor a mantequilla se hubiera quedado pegado a la moqueta...

El desayuno es malo (la bollería está dura). Al menos el café es de Nespresso.

El hotel necesita una reforma, el baño es muy antiguo, las ventanas, paredes, todo.

Además, se escucha muy claramente lo que ocurre en otras habitaciones.

No hay descanso.

ruido de principio a fin, interno building works going on , grandes perros en la habitación al lado ladrando a las 5:00 a.m. , portazos , una muy mala experiencia. La comida era mala, un muy pobre intento de paella para dos a cuatro personas langostinos!!! 18 euros cada uno. El desayuno era un asunto servirte de una selección que parecen haber sido establecidos la noche antes.