

Cartografías Hispánicas

Literatura y Cultura

Germán Brignone
Mabel Brizuela
María Teresa Toniolo
René Vjarra
(editores)





CARTOGRAFÍAS HISPÁNICAS

Literatura y Cultura

Germán Brignone
Mabel Brizuela
María Teresa Toniolo
René Vijarra
(editores)

Facultad de Filosofía y Humanidades
Universidad Nacional de Córdoba

••
Área de
Publicaciones

8offyñ
AÑOS
Facultad de Filosofía y Humanidades



unc

Cartografías hispánicas: literatura y cultura / editores Germán Brignone ... [et al.]. - 1a ed. - Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Filosofía y Humanidades, 2026.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-950-33-1944-4

1. Literatura. 2. Literatura Española. 3. Cultura Europea. I. Brignone, Germán

CDD 800

2026 © Germán Brignone, Mabel Brizuela, María Teresa Toniolo, René Vijarra

2026 © Área Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades

Maquetación y diseño: Mariana Valdez / mariana.valdez@unc.edu.ar

Área Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades

Jefe Área Publicaciones: Jeremías Corazza

Comunicación institucional: Paloma Braverman

Diseño y arte de portada: Manuel Coll

Diagramación y diseño de interior: María Bella y Luis Sánchez Zárate

2026

Facultad de Filosofía y Humanidades - Universidad Nacional de Córdoba

Decana: Alejandra Castro

Vicedecana: Andrea Bocco

<https://ffyh.unc.edu.ar/publicaciones/>

Facultad de Lenguas - Universidad Nacional de Córdoba

Decana: Graciela Ferrero

Vicedecano: Fabián Negrelli

<https://www.lenguas.unc.edu.ar/>

Asociación Argentina de Hispanistas

<https://www.aahispanistas.org/>

Hecho el depósito que prevé la ley 11.723

ISBN

¿Exagerar, un predicador? El caso de la hipérbole en la oratoria sagrada de san Juan de Ávila

María Laura Toledo

Universidad Nacional de Tucumán
lauratoledo.op@gmail.com

Resumen

Esta ponencia aborda la cuestión de la *hipérbole* como estrategia retórica, puntualmente en los sermones de san Juan de Ávila (1500?-1569), predicador destacado de la región andaluza. A partir de las conceptualizaciones clásicas de este recurso elocutivo, avanzamos por las teorizaciones en la preceptiva retórica sagrada, floreciente en los siglos XVI y XVII por impulso del movimiento contrarreformista (Luis de Granada, Francisco Terrones del Caño, Agustín Salucio, entre otros). Con este doble contrapunto, acometemos la homilética del Maestro Ávila, pródigo en expresiones hiperbólicas o amplificadoras, con gran efecto persuasivo. El análisis del alcance *argumental* u *ornamental* de esta figura, vinculada a la exageración referencial -y con ello, al aparente distanciamiento de lo verdadero-, permite explorar algunas implicaciones antropológicas y éticas de esta praxis, y aventurar alguna justificación sobre la base de la misma especificidad de la oratoria sagrada, centrada en asuntos de suyo “de gran envergadura”.

Palabras clave: Sermones, Juan de Ávila, hipérbole, *amplificatio*, teología.

Abstract

This paper addresses the issue of hyperbole as a rhetorical strategy, particularly in the sermons of Saint John of Avila (1500?-1569), a prominent preacher from the Andalusian region. Starting from the classical conceptualizations of this elocutionary resource, we advance through the theorizations in the precepts of sacred rhetoric, flourishing in the 16th and 17th centuries due to the impulse of the counter-reformation movement (Luis de Granada, Francisco Terrones del Caño, Agustín Salucio, among others). With this double counterpoint, we undertake the homiletics of Master Avila, prodigal in hyperbolic or amplifying expressions, with great persuasive effect. The analysis of the *argumentative* or *ornamental* scope of this figure, linked to the referential exaggeration -and with it, to the apparent distancing from the truth-, allows us to explore some anthropological and ethical implications of this praxis, and to venture some justification on the basis of the very specificity of sacred oratory, focused on matters of great importance.

Keywords: Sermons, John of Avila, Hyperbole, *Amplificatio*, Theology.

La hipérbole en la preceptiva clásica y en la oratoria sagrada española

¿Es legítimo *exagerar* en el púlpito? La estrategia retórica de la *hipérbole*, vista en el mundo antiguo como “una exageración que falta a la verdad”, en el contexto de la oratoria sagrada conduce a valiosos interrogantes y a matizaciones necesarias. En este estudio, nos interesa abordar esta estrategia principalmente en los sermones de Juan de Ávila, llamado el “Apóstol de Andalucía”, que fue un destacado predicador español católico del siglo XVI.

Entre los retóricos clásicos, Aristóteles relaciona la hipérbole con la *exageración* que implica “una peculiar intensidad” y que suele “manifestar vehemencia” (2016, III, 11, 1413a, p. 314). Cicerón enseña que la hipérbole consiste en “realzar o atenuar una realidad” (2002, III, 203, p. 476). Quintiliano es el que sin duda destaca por su tratamiento de esta figura, a la que designa como tropo de función ornamental –“un adorno más atrevido”–, que consiste en “una ponderación que se aparta de la verdad”, y cuya gracia consiste en “aumentar o disminuir las cosas”, a través de recursos conceptuales y verbales, según consta en sus *Instituciones oratorias* (1944, VIII, 6, 2, p. 389). La distingue de los mecanismos de *amplificación* porque por ella se dice “más de lo que es la cosa”²¹. Toda hipérbole, insiste, es un “decir más de lo que se cree”, toda hipérbole “falta a la verdad”, aunque “no deber ser desmesurada, pues por ninguna otra vía se incurre más en la *cacocelia* o afectación” (1944, VIII, 6, 2, p. 390); por ello, como todos los preceptistas, recomienda moderación en su uso. El latino introduce además una interesante observación antropológica –de esas que suelen extrañarse tanto en los manuales de retórica–, cuando señala que esta figura es usada aun “entre el vulgo y entre los ignorantes y gente campesina”, sin duda “porque todos desean naturalmente aumentar o disminuir las cosas y ninguno se contenta con la verdad” (1944, VIII, 6, 2, pp. 390-391). El anónimo autor de la *Retórica a Herenio*, por su parte, se refiere a la *superlatio* como “una manera de hablar que exagera la realidad para amplificar o disminuir algo”, que se utiliza por separado o junto con una comparación (1997, IV, 33, p. 278).

En el ámbito español y áureo, Luis de Granada, destacado preceptista y orador cristiano, indica en su *Retórica eclesiástica* que la hipérbole, cuyo uso “tampoco es infrecuente en las letras santas”, “eleva algo por encima de lo creíble, pero no de lo pensable” ([1576] 2010, III, 12, p. 353), y la aborda dentro del apartado de “Figuras estilísticas útiles para emocionar”. Francisco Terrones del Caño, en *Instrucción de predicadores*, no acerca una definición de la estrategia, y se limita a dar algún ejemplo y asignarle como lugar propio en los sermones el del epílogo ([1617] 1999, IV, 3). Agostino Valier indica su finalidad más frecuente –“suele ponerse en práctica la hipérbole para conmover o censurar”– y la importancia de la moderación –“póngase en práctica

21 Así en el siguiente pasaje, en el que aclara: “No ignoro que algunos cuentan entre las ampliificaciones la *hipérbole*, que sirve tanto para ponderar como para disminuir; pero diciéndose por ella más de lo que es la cosa, la remitimos a los tropos” (1944, VIII, 4, 4, p. 371).

raras veces, no se vaya a tomar al orador por incompetente” – ([1570] 2015, III, 24, p. 210). ¿Qué dicen los manuales contemporáneos? Algunos autores, como Ángelo Marchese consideran que se trata de una figura lógica que emplea palabras exageradas para expresar una idea que se encuentra más allá de los límites de la verosimilitud, y que tiene un valor enfático (2013, p. 198)²². Antonio Azaustre define la hipérbole como “tropo por exageración, que parte de un concepto real para magnificarlo o minimizarlo a través de su sustitución por otra idea semejante”, pero de modo tal que la equiparación con el primer término resulta desproporcionada (1997, p. 86). El mismo sema de desproporción en la mirada sobre la realidad se encuentra en la propuesta de Demetrio Estébanez Calderón, que vincula la hipérbole especialmente a la publicidad, pues es un recurso de especial fuerza persuasiva para la lograr adhesión del público, en estos casos, con un sentido encomiástico (2004, p. 507).

Estas consideraciones abren camino al menos a dos preguntas necesarias: 1) ¿cuál es la distinción entre la hipérbole y la *amplificatio* retórica, con la que parece identificarse, al menos como un mecanismo propio del campo?; 2) ¿cómo se conjuga un recurso estilístico que parece oponerse a “lo verdadero”, por inadecuación o desfasaje con lo real en razón del exceso o del defecto, con los sermones cristianos, que en modo alguno pueden tolerar la falsedad como vehículo de enseñanza o persuasión? Las respuestas a ambos interrogantes se entretajan.

Para Quintiliano, la amplificación forma parte de la *elocutio*, pero como vehículo que otorga fuerza a un razonamiento²³. Se concreta a través de diversos mecanismos, que incluyen, entre otros, el *aumento* –“poderoso cuando parece grande hasta lo que es inferior” (1944, VIII, 4, 1, p. 366)²⁴–, y la *comparación* –“cuando el asunto recibe su aumento de las cosas menores, porque exagerando lo que es menos, precisamente se ha de realzar lo que es más”–. Para este segundo caso, arroja una aclaración que nos es muy útil: “No confunda alguno este símil con aquel otro por el que inferimos una cosa mayor de otra menor (aunque se dan de la mano)”, “porque allí intentamos probar, *aquí ponderar la cosa*” (1944, VIII, 4, 2, p. 367). La *amplificatio* no es en sí misma un razonamiento, sino una ponderación de algún asunto, para su realce, e implica más bien reunir aspectos del objeto que le corresponden propiamente. Luis de Granada, en el ámbito de la oratoria sagrada, la identifica como “parte de la invención”, distinguiéndola de la mera argumentación porque se reduce a determinados tipos de cuestiones “en las que *sólo se investiga la magnitud y amplitud de la cosa misma*” ([1576] 2010, III, 1, p. 265). O sea, interesa la esencia de algo enfocada según su grandeza o su pequeñez. El dominico ensaya una descripción muy precisa de la *amplificatio*:

22 Indican los autores que la hipérbole es bastante corriente en el habla cotidiana (“hace un siglo que no te veo”), y aclara que la exageración puede ser por exceso o por defecto.

23 Advierte el autor: “La fuerza de un razonamiento depende, ya de la amplificación, ya de la disminución. Para una y otra hay los mismos modos, que consisten en cosas y en palabras” (1944, VIII, 3, 6, p. 364).

24 Allí mismo el latino añade: “Se produce en uno o varios grados, y a su través se llega no sólo al máximo, sino incluso hasta más allá del máximo”.

Esto es, cuando nos esforzamos por mostrar que, en su género, algo es sumamente indigno, calamitoso, alegre, triste, digno de lástima, amable, detestable, que se le debe temer o que se le debe desear, y lo que atañe a su género. Con este criterio hemos abierto camino a la moción de los estados de ánimo, a persuadir o disuadir, a loar o a vituperar, que a los tres lleva muy bien el método de amplificar. ([1576] 2010, III, 1, p. 265)

Este recurso se encamina a destacar, a hacer sobresalir alguna persona, cualidad o situación por encima de las otras de su mismo género, con una intencionalidad clara, puesto que, mientras la finalidad de la “argumentación” es convencer y arrastrar el intelecto al asentimiento racional, la amplificación tiene por objetivo “no sólo crearle convicción al intelecto para que crea que el asunto en su tipo es lo máximo, sino incluso arrastrar la voluntad a adorarlo o a aborrecerlo o a cualquier otro estado de ánimo” ([1576] 2010, III, 1, pp. 265-267). Nótese que la *amplificatio* tiene una doble dirección: el intelecto y la voluntad –incluso podemos inferir la intervención de la afectividad, en cuanto se mencionan “estados de ánimo”, que pueden ser motores, junto con el convencimiento racional, de la voluntad como potencia que elige amar o rechazar, según el caso–. Tal vez podría indicarse como un método argumentativo por la conjunción del *logos* y del *pathos*. El fraile dominico propone muy diversas formas de amplificación, entre ellas, las expuestas por Quintiliano²⁵. En ese contexto, arroja luz sobre la hipérbole al compararla con el primer modo *amplificandi* del latino, referida al aumento o disminución de una cosa por la manera de nombrarla:

Esta primera forma de amplificar se antoja perteneciente al campo de la *hipérbole* [...], que *suele darle a las cosas nombres que sobrepasan toda medida*. Lo cual le resulta de la mayor naturalidad y normalidad a quienes se esfuerzan por provocar un aumento o una disminución, de manera que el discurso quede *por encima o por debajo de lo que es la realidad*. ([1576] 2010, III, 5, p. 285)²⁶

Este *excursus* hace notar la consonancia de su enfoque con todos los que presentamos *supra*, y que relacionan la hipérbole con un desfasaje respecto de lo real.

A esta altura, conviene advertir que, en el contexto de la oratoria sagrada, la estrategia de la amplificación no consiste en “enaltecer lo pequeño y minimizar lo grande”, como ocurre en

25 En el libro III, el dominico propone como métodos de amplificación los siguientes: el abordaje del asunto por la enumeración de sus partes; la alusión de los adjuntos o antecedentes –por ejemplo, todas las circunstancias por cuya causa se llegó a tal desenlace; o los concomitantes de las virtudes y los defectos–; la amplificación por las causas. Expone asimismo *de modis amplificandi* propuestos por Quintiliano: el uso de nombres hiperbólicos; la comparación de los desiguales, la descripción, el diálogo de los personajes, etc.

26 Se refiere a *Institutiones oratorias*, VIII, 4, 1. Los subrayados son nuestros.

la retórica clásica, que contempla esta posibilidad, sino que, como señala Agostino Valier, sirve “para que se conozca que algo tiene tanta importancia como verdadero que es, lo que no es sino volver a llevar a las gentes a la sinceridad de pensamiento” ([1570] 2015, I, 21, pp. 88-89)²⁷. En el caso de los misterios de divinos, especialmente, la *amplificatio* constituye una suerte de *focalización adecuada* a la grandeza intrínseca del asunto, y no manipulación discursiva²⁸. En el caso de las realidades sagradas, incluso, el misterio es de tal magnitud que puede decirse que todo propósito de amplificación queda siempre y necesariamente limitado. No puede la palabra humana llegar a comprenderlas en su profundidad. Luis de Granada así lo indica de modo expreso en al menos dos oportunidades de su *Retórica*, al referirse a la necesidad de amplificar (“exagerar”²⁹) las penas del infierno y otras realidades vinculadas a la vida moral³⁰, delante del auditorio, sin que en definitiva sea posible exagerar lo que de suyo tiene una misteriosa envergadura³¹.

Mas si la *amplificatio* no supone de suyo, en el discurso sagrado, la falsedad, sino una focalización enfática de una cualidad del objeto –su eminencia positiva o negativa dentro de un género–, ¿qué sucede en el caso de la *hipérbole*, definida en el sentir retórico como caracterización desproporcionada de la realidad? Quintiliano señala una salvedad de gran valor para despejar dudas al respecto, que a primera vista desconcierta, pero que esconde una clave de

27 Hay mecanismos de amplificación en las propias Sagradas Escrituras. Luis de Granada ofrece el caso del profeta Ezequiel como ejemplo de un modo de amplificar por *contraste*: “con espléndidas palabras exagera la ingratitud y delitos de los israelitas tras haber enumerado en un largo pasaje los beneficios divinos que han recibido” ([1576] 2010, III, 5, p. 297). Existen numerosos ejemplos en el sermonario del Maestro Ávila de esta forma de *amplificatio*, muy persuasiva. Los beneficios divinos que se indican son verdaderos. La ingratitud del pueblo de Dios también. El contraste permite resaltar la magnitud de la infidelidad de Israel hacia Dios, como ocurre cuando un objeto muy hermoso se coloca entre una multitud de otros toscos y deformes –es presumible que entonces destaque su belleza, la armonía de sus contornos–.

28 Hemos indicado esto mismo en otra publicación: “Una estrategia semejante no significa, en el orden de la predicación sagrada –al menos no debería– una deformación de la realidad representada (deformación por ensanchamiento o exageración). Se nos impone, para explicar esto, una analogía con un recurso actual, el *zoom*, por el que traemos a los ojos, engrandecido, el recorte de algún texto o imagen, pero aquello que se nos muestra más claramente pertenece en efecto a aquel texto o a aquella imagen –y es, por lo mismo, un fragmento verdadero–” (Toledo, 2017, p. 216).

29 El *Diccionario de Autoridades* define la acción de exagerar de la siguiente manera: “encarecer una cosa, engrandecerla, ponerla, como se suele decir, en las nubes, alabándola y ponderándola mucho. Viene del Latino *Exagerare*. Latín. *Amplificare. Verbis extollere*” (1732, t. III). Esta definición se encuentra restringida al campo de lo positivo (alabanza), pero se ha visto que la exageración corresponde también a realidades que se desea vituperar, cuyos aspectos negativos se realzan.

30 Sobre temas como la indignidad del pecado, los tormentos del pecado, el descuido de la salvación, Luis de Granada enseña que es necesario exagerar su indignidad: “mas, ¿qué capacidad expresiva podrá amplificar esto mismo de acuerdo con su propia dignidad? Empero, hemos de esforzarnos en llegar a explicar tan ajustadamente como se pueda la envergadura de estas cuestiones” ([1576] 2010, V, 20, p. 623).

31 Al propósito, señala el dominico: “debe el eclesiástico sediento de salvar almas apremiar con frecuencias tales emociones [miedo al juicio divino y a los suplicios eternos] y, sobre todo, *exagerar* con tanta fuerza dialéctica como pueda la crueldad y eternidad del infierno y traerla a colación como si se la viera con los propios ojos. De todos modos, nunca podrá amplificar con sus recursos dialécticos estas penas tanto como para que no le ocurra que su alocución sea en muchas y casi infinitas partes inferior a lo que la envergadura del asunto requiere, en lo cual toda la técnica y capacidad de expresión es insuficiente” ([1576] 2010, III, 11, p. 347).

interpretación:

Baste advertir que la hipérbole falta a la verdad, mas *no* de tal manera que *pretenda engañar con la mentira*. Por lo que debe considerarse más hasta qué punto conviene ponderar lo que no se nos cree. (1944, VIII, 6, 2, p. 390)

La clave se encierra en la *intencionalidad*, que no se encuentra dirigida a la argumentación. Es decir, la hipérbole no es un engaño argumentativo –el orador no exagera, deformándolo, un asunto para *convencer* por medio de una mentira al interlocutor–. Se trata más bien de un tropo *ornamental*: la intención es decorativa, expresiva. Ya lo ha señalado Quintiliano. Se trataría, póngase por caso, en los sermones, de una suerte de licencia poética para dar realce a una realidad. Esta condición de la hipérbole se puede encauzar especialmente en el campo de la oratoria sagrada, que trata de realidades que son misterios. Aunque lejos de este horizonte cristiano, el retórico latino concibe esa potencialidad del tropo al afirmar:

Es la hipérbole la virtud del lenguaje cuando *aquella misma cosa de que la se ha de hablar ha traspasado la medida natural*. Permítese, pues, el decir más, porque no es posible decir cuanto ello es, y tiene más gracia la expresión dando a entender más, que quedándose corta. (1944, VIII, 6, 2, pp. 390-391)

No se encuentra mejor explicación para alentar la lectura desprejuiciada de las hipérboles de Juan de Ávila, que exalta discursivamente la magnitud de los asuntos, buenos y malos, que recorren sus sermones de punta a cabo, avalado por una razón ontológica: no “quedarse corto” en la ponderación de realidades sobre-naturales y realzar la expresividad de su discurso.

La hipérbole en el sermonario del Maestro Ávila

El Maestro Ávila aplica un lenguaje hiperbólico a todos los campos temáticos de su *inventio*, desde las maravillas de Dios hasta el horrible inframundo de los demonios, atravesando el complejo universo del vicio y la virtud. Estrictamente hablando, son más frecuentes en sus sermones las estrategias de amplificación –descripciones, enumeraciones, diálogos, formulaciones exclamativas, formas de contraste– que los enunciados con hipérbole, pero estos son muy expresivos de la personalidad de Ávila y se insertan muy naturalmente en aquel universo amplificado y enfático.

Para encarecer los beneficios divinos, el Apóstol de Andalucía advierte que no alcanzaría la alabanza de todas las criaturas visibles e invisibles: “Aunque cada una tuviese mil lenguas, no pueden decir las misericordias de Dios” (2002, 24, 6, p. 286). Hay que imaginar el universo entero lleno de todas las criaturas, en cielo y tierra, con mil lenguas cada una –aquí la imaginación encuentra un límite³²–, y que semejante concierto fracasase en el intento de proclamar la Bondad de Dios, para captar la osadía de la hipérbole. No obstante, en este como en prácticamente todos los casos, la hipérbole se presenta *como tal* al *entendimiento humano*, limitado en su capacidad de conocer los misterios sobrenaturales, y cuánto más, la naturaleza de Dios. Nos hallamos ante un caso muy especial, antropológicamente interesante, porque en el contexto de la oratoria sagrada, un tropo como la *hipérbole* puede suponer que la exageración en la pintura de una cosa se encuentre *solo en la captación por parte del sujeto* –el ser humano–, sin que sea una verdadera exageración considerando la naturaleza misma de la cosa, de modo que puestos en otro lugar –el intelecto divino, por ejemplo–, no se trate de un exceso en absoluto, y aún más, la hipérbole se quede limitada en su ponderación. En estos casos, nos hallaríamos delante de una *pseudo*-hipérbole. Así, por ejemplo, aquella misma idea de que los bienes de Dios rebasan toda capacidad del lenguaje creado para cantarlos, se expresa en el *Sermón* 40 de esta forma:

Si durase el decir hasta el fin del mundo, aun entonces faltaría tiempo, y no que contar de las mercedes que nos vienen por este Señor; si le damos buena posada, no tienen tasa, no término; que de éstas se entienden: *Las misericordias del Señor cantaré para siempre*. ¿Quién hablará en tiempo lo que da materia para contar y gozar y alabar a Dios *para siempre*? (2002, 40, 8, p. 536)

Se trata de un caso en que la hipérbole se construye sobre el campo semántico de la temporalidad, que es, sin duda, una forma de medida, apta en esta ocasión para señalar que los beneficios de Dios son infinitos. Los *beneficia Dei* son un lugar de la *inventio* sagrada muy adecuado para el dominio de la amplificación, como lo señala Luis de Granada³³.

La grandeza de Dios la deja clara Ávila en este pasaje provocativo: “Si Dios dejase el cielo y se fuese al infierno, allí estaría el paraíso [...] y allí nos iríamos sin hacer caso del cielo” (2002,

32 Interesante cuestión antropológica es la distinción entre *pensar e imaginar*, porque en ocasiones resulta complejo saber si el entendimiento posee una idea (universal y abstracta) o una imagen (particular y sensible). Para entender esto, A. García Cuadrado pone el siguiente ejemplo: “al hablar de un círculo, sabemos de qué hablamos y lo podemos imaginar; pero al hablar de una figura geométrica de diez mil lados la podemos comprender (sabemos qué quiere decir y en qué consiste), aunque no la podamos imaginar” (2006, p. 74). Algo semejante ocurre con el ejemplo de Ávila y las “mil lenguas” de las criaturas.

33 Enseña el dominico: “Podemos valernos de esta manera de amplificar para aquello que engloba muchos grandes conceptos dentro de la misma clase, cual es de admirar y predicar con todo género de los el beneficio de nuestra redención” ([1576] 2010, III, 5, p. 287).

55, 32, p. 729). Y sobre el Cielo declara: “Si aquello que allí está, si lo medio, si una partecica, si la gloria de un día solo se pudiese ver, parecernos hía que la comprábamos muy barato a trueco de estar en tormentos desde ahora hasta el día postrero” (2002, 70, 27, p. 957). Nos dará Dios en el cielo infinita hartura:

Podéis conjeturar cómo se compadece, durando mil millones de millones de cuentos de años comiendo un mismo manjar –que es el mismo Dios, mientras Él durare–; y que al cabo –¡qué digo! ¡no hay cabo!–, que, pasados millones de millones de años, está la comida tan fresca como al principio. (2002, 58, 3, p. 781)

La hipérbole numérica es muy expresiva para enfatizar la dimensión de inconmensurabilidad de Dios, gozado sin fin y sin hastío por siempre.

Un caso de “hipérbole” para ilustrar el maltrato sufrido por Cristo: “Que lo coronaron de espinas, lo azotaron, lo escupieron, lo mofaron y le hicieron mil injusticias que no se pueden escribir ni contar” (2002, 15, 17, p. 214). Sobre la adhesión de los discípulos al Señor, Juan de Ávila enseña: “Érales tan amoroso, y su conversación tan apacible, y tan llena de amor, que mil mundos que tuvieran dieran por gozar de Él una sola hora” (2002, 30, 11, p. 367).

Un caso claro de pseudo-hipérbole, que plantea una idea “naturalmente” exagerada, pero con fundamento teológico, es el siguiente, referido al valor del alma humana espiritual: “morir una sola alma es mayor daño que morir todos los cuerpos que se han criado en el mundo y se han de criar hasta el fin de él” (2002, 36, 18, p. 454)³⁴.

La hipérbole es reconocida por los preceptistas como una estrategia ideal para enfatizar los diversos aspectos de la vida moral, lo mismo que la *amplificatio*³⁵. El siguiente pasaje propone una hiperbólica analogía para enfatizar la molestia y tragedia que supone para el hombre cargar con el pecado:

Que si te dieses por penitencia que trujeses un cuerpo muerto a costas cuatro años, responderás que no lo podrás cumplir, ¿por qué traes un ánima muerta contigo siempre, que es peor y mayor carga mil veces que la del cuerpo muerto? (2002, 14, 23, p. 202)

34 Esta dignidad del alma explica que su re-creación espiritual, por la acción de Dios, sea imponderable: “Más hace con ella que con criar cielos y tierra y al principio del mundo” (2002, 14, 31, p. 205).

35 Aclara Luis de Granada que amplificar el asunto por sus concomitantes o consecuentes, “es maravillosamente útil para amplificar las virtudes y exagerar los vicios”. Toma por ejemplo a san Cipriano, que “elegantísimamente exagera el tósigo de la envidia” ([1576] 2010, III, 3, p. 275).

La lectura de conjunto de estos casos y de muchos que siguen, recopilados para ilustrar el estilo de Ávila, muestra que en ellos prevalece la idea de lo *cuantificable*, la apelación a lo numérico –que paradójicamente, es un vehículo para indicar realidades no cuantificables–, como modo de expresar una desproporcionada magnitud. Otros dos casos en esta línea, relacionados con el misterio del pecado:

Di, ¿no te hiede? ¿No lo sientes? Guerra te da siempre con mil agujijones, y no lo sientes. Tienes allá dentro un traslado de infierno. (2002, 14, 23, p. 202)

Anda con compañía de millares de demonios que nunca se apartan de él. (2002, 22, 33, p. 277)

Antes de la venida del Espíritu Santo, el alma andaba cargada, pesada, cargada con una arroba de plomo, ¡qué digo arroba!, como con cien quintales de plomo. (2002, 30, 23, p. 370)

El siguiente ejemplo, también vinculado a la idea de lo cuantificable, en el que Juan de Ávila se despacha contra la vida holgada y lujosa, es un caso de hipérbole “pura”: “Porque, a modo de decir, antes se podrán contar las arenas que hay en la mar que los males que de este aqueste mal, que parece liviano, proceden” (2002, 36, 60, p. 470). Es decir, se puede hablar propiamente de una exageración discursiva por parte del predicador, porque, aunque sean numerosos los males que se siguen de una forma de vida demasiado cómoda, se trata de una realidad limitada, finalmente mensurable.

Hay veces en que la hipérbole no pertenece al campo semántico de la temporalidad ni del número. Se juega en el ámbito de la comparación superlativa. Aquí un caso referido a la mujer adúltera:

La cosa más fea del mundo es una ruin mujer que hace maldad a su marido, y si yo fuera pintor y me dijeran que pintara la cosa más fea del mundo, pintara una mujer casada con un hombre que trabajara para mantenella, vestilla y para dalle lo que hubiere menester, y que ella comete maldad con otro. Debajo del cielo no se pintara cosa más fea. (2002, 11, 14, p. 157)

Otras veces, se puede lograr un efecto hiperbólico por medio de enumeraciones, cuya clave se encuentra en la naturaleza de los elementos enumerados: “ni cielo, ni tierra, ni cuchillo, ni peligro, ni mortal enemigo, ni todos los demonios te pueden hacer tanto mal como tú a ti mismo te haces en no amar a Dios” (2002, 23, 4, p. 280). He aquí otro caso de enumeraciones, referido a la acción poderosa del Espíritu Santo: “Quita el temor del hombre; pobreza, ni deshonra, ni

hambre, ni vituperios, muerte, ni tentaciones de carne, ni al mundo, ni al demonio; todo cuanto mal estas cosas le pueden hacer, no lo tiene en una picadura de mosca” (2002, 32, 40, p. 401). Este pasaje ofrece una diferencia respecto del anterior, porque la hipérbole se juega menos en la calidad de los elementos enumerados, cuanto en la reacción humana ante los mismos -los mayores males, soportados con la gracia, ni siquiera incomodan como una picadura de insecto.

Es sin duda el misterio de la Eucaristía un lugar predilecto del Maestro Ávila para abundar en toda clase de estrategias discursivas. Para ponderar el bien encerrado en este sacramento le resulta imposible escatimar recursos expresivos. En este horizonte, la hipérbole se abre paso casi de manera natural. Por medio de ella, precisamente, expresa la condición superlativa de este misterio:

Sobre toda ciencia es y naturaleza y sobre todo entendimiento, que *aunque uno viese toda la orden y naturaleza de las creaturas*, no vería este misterio, porque es más alto que todo ello. Es sobre todas las creaturas, y tan escondido, que quiso que aprendan y sean enseñados los ángeles [...]. Misterio es grande Dios que sean los ángeles enseñados, que sean discípulos de los hombres. (2002, 39, 4, p. 525)

El conocimiento de todo el orbe creado no habilita el acceso a este misterio. Dice en otra parte el autor: “en este bien están encerrados tantos bienes sin cuento, que si un hombre trabajase toda su vida con buenas obras, estaba muy bien pagado con entrar una sola vez nuestro Señor en su pecho” (2002, 37, 55, p. 511). En el contexto de la fiesta de *Corpus Christi*, y de la procesión pública, ofrece Juan de Ávila estas ponderaciones:

Salgan mañana pueblos innumerables en todo el mundo, llenos de grande regucijo. (2002, 37, 29, p. 499)

Véannos a nosotros mañana todos los hombres, toda la tierra; mírennos los ángeles y santos del cielo, y sepan que somos presa, que nos rescató y ganó Jesucristo. (2002, 37, 31, p. 501)

No solo no merezco estar lejos de vos los dos mil codos que antes mandábades, mas dos mil leguas y doscientas mil. (2002, 36, 89, p. 482)

El último ejemplo corresponde al sentir personal del creyente, próximo a la Eucaristía paseada por las calles en su Custodia: por la hipérbole el Maestro Ávila subraya la indignidad del hombre en contrapunto con la excelsitud del Sacramento. A continuación, un caso de reprensión al oyente pecador, que ofende a Dios en el contexto de Corpus:

Cierto era mucha razón que te despedazaran todo tu cuerpo a tormentos miembro por miembro. Era cosa debida que antes murieras dos mil muertes, pues Él murió por ti una que vale más que cien mil, que no ofenderle como le ofendes. (2002, 36, 66, p. 473)

Una idea semejante, de signo contrario, se encuentra en este pasaje donde Ávila enseña la actitud del pecador que capta quién es Dios y la naturaleza de su ofensa contra él: “Mil muertes tomarías por no haber ofendido a Dios” (2002, 25, 10, p. 303). Para exhortar al obrar virtuoso, emplea Ávila en ocasiones locuciones como estas: nadie puede ir a Dios con pretensiones de hijo por sí mismo, por sus méritos, “aunque seáis un San Pedro, ni un San Pablo, ni aunque seáis la Virgen María” (2002, 34, 19, p. 423); “con mil ojos nos guardemos” (2002, 9, 9, p. 132); “cincuenta mil enojos que te hagan, tantos has de perdonar” (2002, 25, 4, p. 299); “¡Oh, es cosa recia perdonalle siete mil veces!” (2002, 25, 14, p. 305). Para representar al hombre que se ha dejado tomar por el amor de Dios: “mil mundos que tuviese los dejaría por venir a los pies de Cristo”, pues “más quiere agradarle a Él y servirlo que ser señor de toda la redondez de la tierra” (2002, 29, 20, p. 359). El caso de santa Inés, la niña mártir de trece años, de los primeros siglos del Cristianismo, le regala al Maestro Ávila la oportunidad de una hipérbole que se juega por el lado de un deseo desproporcionado:

Mi honra y mis riquezas y todo mi consuelo no es otro sino que mis carnes sean peinadas con crudos peines de acero y ser toda despedazada por amor de Jesucristo crucificado. (2002, 38, 10, p. 516)³⁶

También la Virgen María es ámbito para estas propuestas expresivas que enfatizan sublimes amores: “La Virgen: y ella tenía a Él tan abrazado con tan grande amor de su corazón, que lo amaba cien veces más que a sí misma” (2002, 69, 21, p. 937).

Nos atrevemos a apostar que este aspecto del estilo de Ávila, tan recurrente –el de la amplificación en general–, a la par de constituir un rasgo de época en la oratoria sagrada, se corresponde al modo espiritual del autor de “vivir” los misterios que predica; constituye en cierta medida un gran *subjetivema* (Kerbrat-Orecchioni, 1997)³⁷, que expresa y canaliza los movimientos interiores de una personalidad encendida.

36 Quienes se encuentran familiarizados con las hagiografías y la documentación variada sobre la vida de los santos, puede reconocer en estas expresiones hiperbólicas discursividades reales en boca de los cristianos prontos al martirio.

37 Usamos aquí el aporte conceptual de la autora en modo figurado.

Conclusión

¿Exagerar, un predicador? Para responder a esta pregunta hemos intentado abarcar conceptualmente el fenómeno discursivo de la hipérbole, de la mano de los rétores clásicos y de los preceptistas contemporáneos al Maestro Ávila. Aunque emparentada con la *amplificatio*, este recurso se distancia de la función argumentativa, y actúa en el nivel de la expresividad del lenguaje, de modo que no es correcto asignar a la hipérbole la intención de mentir o de engañar al oyente, como enseña Quintiliano. En el marco de la oratoria sagrada, esta estrategia retórica se encuentra en sintonía con todos los mecanismos de la *amplificatio*, “para que se conozca que algo tiene tanta importancia como verdadero que es”, según lo expresa Agostino Valier. Por ello mismo, su valor enfático se orienta a repercutir en la dimensión del *docere* –porque contribuye a una más ajustada percepción del misterio, por vía del impacto intelectual y emotivo–, y del *movere* –puesto que puede contribuir a una mayor predisposición por parte del auditorio a desear lo que se presenta como inmensamente amable, o rechazar lo que es desagradable en grado superlativo–. Puesto que la materia de la *inventio* en los sermones son los misterios sagrados, la naturaleza de la hipérbole en este contexto se ve altamente condicionada, porque lo que resulta exagerado para el intelecto humano, en los hechos, queda en realidad corto, porque aquellos misterios exceden en mucho lo que el lenguaje del hombre y sus analogías pueden comprender. En ese sentido, en el caso de la homilética cristiana, es conveniente hablar de *pseudo*-hipérboles, en cuanto la amplificación del objeto por exceso o por defecto, que genera la impresión de un desfase respecto de la verdad, es solo producto de una perspectiva de visión, y no una presentación deformante o falsificadora del objeto, que por sobrenatural queda más allá de cualquier exageración. En el caso de Juan de Ávila, el corpus de ejemplos propuestos ratifica esta tesis, puesto que son muy acotados los casos de las hipérboles que llamamos “puras”. En su lenguaje hiperbólico, el predicador andaluz echa mano de semas temporales, numéricos, de comparaciones superlativas y de enumeraciones por contraste, logrando en sus sermones un efecto de tono encendido y ardorosa predicación.

Referencias bibliográficas

- Anónimo, (1997). *Retórica a Herenio*. Introducción, traducción y notas de Salvador Núñez. Madrid: Gredos.
- Aristóteles (2016). *Retórica*. Introducción, traducción y notas de Alberto Bernabé. Madrid: Alianza.
- Ávila, Juan de (2002). *Obras completas*, t. III: *Sermones*. L. Sala Balust, F. Martín Hernández (eds.). Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.
- Azaustre, Antonio, Casas, Juan (1997). *Manual de Retórica Española*. Barcelona: Ariel.
- Estébanez Calderón, Demetrio (2004). *Diccionario de Términos Literarios*. Madrid: Alianza.

- Cicerón (2002). *Sobre el orador*. Madrid: Gredos.
- García Cuadrado, Antonio (2006). *Antropología filosófica*. Pamplona: EUNSA.
- Granada, Luis de ([1576] 2010). *Los seis libros de la retórica eclesiástica, o Método de predicar*. M. López-Muñoz (ed.). La Rioja: Instituto de Estudios Riojanos.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1997). *La enunciación de la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Edicial.
- Marchese, Ángel, Forredellas, Joaquín (2013). *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*. Barcelona: Ariel.
- Quintiliano (1944). *Instituciones oratorias*. Traducción de Ignacio Rodríguez y Pedro Sadier. Buenos Aires: Joaquín Gil.
- Terrones del Caño, Francisco ([1617] 1999). *Arte o instrucción, y breve tratado, que dice las partes que ha de tener el predicador evangélico: cómo ha de componer el sermón: qué cosas ha de tratar en él, y en qué manera las ha de decir*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- Toledo, María Laura (2017). El Apóstol de Andalucía. A propósito de la oratoria sagrada de san Juan de Ávila. En Elena Pedicone (dir.), *Historias entrelazadas*. Presencia hispánica en el espacio multicultural de Tucumán. Tucumán: Humanitas.
- Valier, Agostino ([1570] 2015). *Retórica eclesiástica*. Estudio preliminar y traducción de Manuel López-Muñoz. Almería: Editorial Universidad de Almería.