

LA FIEBRE DE LOS SUSPIROS



La fiebre de los suspiros

El señor Bradley Finch, un ejecutivo de publicidad que decía haberlo vendido todo, desde lápices hasta funerales de lujo, descubrió algo extraordinario durante un retiro espiritual en la cima de la Cordillera del Viento. Mientras intentaba meditar, escuchó un suspiro. Largo, profundo, cargado de siglos de resignación y esperanza. Abrió los ojos y vio a una anciana sentada en una piedra, mirando el valle.

—¿De quién fue ese suspiro? —preguntó.

—De todos —dijo la mujer—. Aquí se viene a suspirar cuando ya no se puede llorar.

Bradley quedó impactado. Grabó el sonido en su celular. Cuando volvió a Nueva York, lo editó, le puso eco, lo envolvió en música minimalista y lo vendió como “El Suspiro Original” en plataformas de relajación.

El audio se volvió viral. Las estrellas lo usaban para meditar, los terapeutas lo recomendaban como “cura emocional no invasiva” y en los centros de yoga se cobraba extra por escuchar el suspiro con audífonos especiales. Pero pronto el público exigió más: querían suspiros auténticos, de distintas regiones, con matices emocionales.

Bradley volvió a la Cordillera del Viento, esta vez con un equipo de grabación, un contrato oficial del Ministerio de Cultura y una propuesta:
—Ustedes suspiran porque sienten. En mi país, sentir está de moda. Si me venden sus suspiros, yo los haré inmortales.

La comunidad aceptó. Se construyó el primer Centro de Captura de Suspiros. La gente hacía fila para exhalar frente a micrófonos. A cambio recibían bonos, alimentos, y una pequeña mención en los créditos del producto final.

Pronto, el gobierno nacional intervino. Declaró a los suspiros Patrimonio Inmaterial Transable. Se instauró la “Jornada Nacional del Exhalador”, donde cada ciudadano debía donar al menos dos suspiros al mes para el Fondo de Bienestar Emocional. Se abrieron carreras técnicas en “Modulación Afectiva del Aire” y se exportaron paquetes de suspiros con etiquetas como “Desamor Andino” o “Esperanza Rural”.

El dinero fluía. Bradley fundó una megacorporación: Breath & Soul Inc. Y para cubrir

la demanda creciente, surgieron empresas ilegales que forzaban a personas a suspirar durante horas, o extraían suspiros sin consentimiento en hospitales y refugios. El mercado negro creció. Algunos productos eran solo aire común mezclado con sonidos sintéticos. Pero la industria seguía vendiendo con el lema:
“Nada es más humano que un buen suspiro”.

Una joven activista denunció que los suspiros no podían privatizarse. Fue acusada de “delito emocional contra el desarrollo”.

Mientras tanto, en las grandes ciudades del mundo, la gente colocaba difusores de suspiros en sus salas para relajarse. En las reuniones de negocios se intercambiaban como puros. Los suspiros de niños, ancianos o enamorados tenían precios diferentes.

Un anciano del valle dijo una vez:
—Antes suspirábamos por lo que se perdía. Ahora lo hacemos por lo que nos quitan al suspirar.

Pero ya nadie lo oyó, porque su suspiro fue interceptado por un micrófono oculto y vendido como “Melancolía Premium”.