

EL CINE AMERICANO

Visitando la Metro

La Metro-Goldwyn-Mayer con sus grandes producciones cinematográficas ha logrado conquistarse los mercados mundiales, sus triunfos son innegables y parece redundancia decir que va hoy a la cabeza de todas las firmas de películas americanas.

He podido comprobar ocularmente el interés con que dicha firma teje una red internacional de obras y me parece que debo hacer un breve comentario sobre el amplio espíritu que la anima.

La Metro, siguiendo su ideal de difusión, estudia el pensamiento y las costumbres de cada nacionalidad y ha incorporado a su repertorio obras de diferente índole y de diferentes razas.

Apreciando el fuego apostólico del blanco señor de las estepas, Leon Tolstoy, ha llevado a la pantalla obras tan intensas como Ana Karenina y Los Cosacos, ha lanzado al mundo al que ya era el más popular de los novelistas españoles: Blasco Ibáñez, ha presentado la Camille de Alejandro Dumas con Norma Talmadge y pronto presentará The Miracle de Max Reinhart. Sólo aquí tenemos ya reunidos el espíritu ruso, el español, el francés y el alemán.

Antes de poco tiempo se verá en Chile "La Carne y el Demonio" con Greta Garbo, esa maravillosa Greta Garbo que se reveló al mundo en Viena en la película "La Rue sans Joie" objeto de comentarios y polémicas de toda Europa y que la Metro contrató inmediatamente para hacerla su astro de primera magnitud en el blanco cielo internacional. Veremos también "Old Heidelberg" con toda su vida romántica y pintoresca de estudiantes en torno a la famosa universidad alemana, en ese ambiente entretejido de sueño y realidad.

España y la América Latina han despertado un interés profundo entre los directores de la Metro y pude comprobar la enorme cantidad de obras en castellano de todas las épocas que posee la biblioteca de dicha firma. A este respecto recuerdo que en cierta ocasión Miss Lewton, la directora de la sección argumentos, que es una mujer de gran cultura y finísima inteligencia, me pidió que le recomendara a alguien entre mis amigos



norte-americanos que conociera muy bien el español y fuera capaz de estudiar con ella las más interesantes de esas obras, diciéndome que todo lo hispano les interesa y les preocupa muy principalmente.

Sobre este punto de valorización de lo español hago un especial recuerdo porque, ya sea por falta de noticias o por equívocas intenciones, se ha pretendido muchas veces que en Norte-América no hay interés por el arte y la vida nuestra, siendo justamente lo contrario lo que sucede, pues el norte-americano cultivado mira con especial delectación todo lo que viene de las razas hispánicas como lo prueba el hecho de que hoy por hoy los más grandes coleccionistas de arte hispano están en los Estados Unidos.

La Metro tiene el firme propósito de extender su mercado principalmente en la América latina, estudiar nuestras tradiciones, nuestras viejas leyendas y poemas, no sólo modernos sino del tiempo de la Conquista y anterior a la Conquista: azteca e incaico.

Un día, muy pronto acaso, veremos surgir nuestra vida aún virgen en la pantalla luminosa, veremos tomar cuerpo a nuestras historias y veremos moverse nuestra poesía sobre la tela vagabunda.

Debemos felicitarnos de que sea la Metro-Goldwyn-Mayer la que haya tomado tal iniciativa porque actualmente esta firma cinematográfica es la más grande y progresista del mundo.

VICENTE HUIDOBRO