

# BREAKFAST IN AMERICA

Una magna obra visual recoge el esplendor gráfico de los menús americanos entre los años 1850 y 1985. Un legendario asalto a las barras y estrellas de los Estados Unidos.

POR RAMÓN REBOIRAS

DESAYUNAR ES UN ARTE EN AMÉRICA, pero hubo una edad de oro en que lo fue más si cabe. La inagotable y copiosa fotogenia de *drive ins* y moteles y café y donuts y camareras con membrete sobre el mandilón y camioneros y viajeros de comercio, apostados en la barra de aluminio, mientras al fondo alguien introduce una moneda en el *juke box* y suena una canción de Elvis Presley o Hank Williams forma parte del Patrimonio de la Humanidad.

Pero muy pocos habían reparado hasta el momento en esos menús donde los huevos revueltos y los arenques ahumados, los cereales y la tarta de ruibarbo o de arándano, las patatas fritas y los huevos escalfados se escribían como un manifiesto artístico. Tanto es así que la magna edición de *Menu Design in America*, realizada por Jim Heimann, Steven Heller y John Mariani para la editorial Taschen, constituye un acontecimiento editorial que aúna varios alicientes: desde el gastronómico hasta el gráfico pasando evidentemente por una historia de las costumbres americanas cifradas entre los años 1850, cuando empiezan a confeccionarse las primeras cartas al estilo modernista, hasta 1985, cuando

el posmodernismo *pop* invade los *desayunaderos* de la Unión en su versión más *fast-food*. Esta historia icónica y culinaria es por tanto un monumento a aquellos artistas artesanales y tantas veces anónimos que, desde El Paso hasta Baltimore, y desde Portland hasta Atlantic City, han ayudado a levantar una marca de identidad que ha permanecido en el tiempo como parte sagrada del *american way of life*, es decir, no importaba tanto la tortilla francesa o las costillas de cordero, el cuenco de cereales o el zumo de arándanos como esa manera de invitar al consumidor a ingresar en una era moderna llena de alicientes y emociones publicitarias.

Nunca se ha vuelto a repetir ese prodigio gráfico, sobre todo con el advenimiento de la televisión y el cine, y aunque son muchos los establecimientos siguen teniendo a gala adornar sus menús, aquellos años de oro del *lounge* y del *kon-tiki* siguen constituyendo una escala obligatoria para cualquier viajero que se adentre en los establecimientos norteamericanos y pida un café y acaso una tarta de queso.

*Menu Design in America*, Jim Heimann Ed, Taschen, 392 pp. 40 €.

