



BMW MOTORRAD

EL TRIUNFO DEL SUEÑO
SOBRE LA MECÁNICA

POR *Miquel Silvestre*

Cuando le preguntaron a Bob Marley por qué tenía un BMW contestó que esas eran las iniciales de su grupo. Aparte de una ocurrente salida, lo que revela la anécdota es que incluso para un rastafari jamaicano la marca de Munich es un icono.

La hélice blanca sobre fondo azul representa el éxito, pero también un modo de hacer las cosas capaz de convertir productos industriales en algo más. BMW es un mito. Pero no lo es por los coches, sino por las motos. Dicho de otra forma, si BMW ya forma parte de la iconografía universal es por fabricar motocicletas y por hacerlo de un determinado modo.

A pesar de este éxito actual, la de BMW ha sido una historia traumática. La primera gran crisis tuvo lugar con el Tratado de Versalles que supuso para Alemania la prohibición de fabricar aviones. Bayerische Motoren Werke, fundada en 1913 por el ingeniero aeronáutico Karl Friedrich Rapp, ya no podía producir sus grandes motores de seis cilindros; ¿Qué hacer con una autorización para construirlos de no más de 500 centímetros cúbicos?

Max Friz, ingeniero de 33 años, asumió la tarea de desarrollar una motocicleta. Presentó un motor boxer de dos cilindros opuestos, colocados transversalmente a la marcha (no longitudinalmente, como el resto de fabricantes), caja de cambios interior y transmisión por cardan en lugar de cadena. Así nació en 1923 la R32, y con ella un diseño mecánico que en lo esencial se ha mantenido invariable durante 80 años. El primer vehículo BMW fue una moto.

Siguiente crisis. La Segunda Guerra Mundial. BMW proveyó para la Wehrmacht una motocicleta pesada, lenta pero capaz de superar todo tipo de terrenos. Un motor de 750 Cc, un sidecar y una tercera rueda motriz. Surgió una máquina que es hoy ilusión máxima de coleccionistas de todo el mundo y que en su día demostró plena efectividad desde las arenas de África a la nieve de Rusia.

Nadie se salva en una guerra tan infame. BMW tendrá siempre entre sus pecados el empleo de mano de obra esclava, compartido con todas las demás grandes industrias alemanas. Pero en el pecado está la penitencia. Sus fábricas fueron destruidas; máquinas y útiles, desmantelados y enviados como indemnización; las instalaciones de Munich, ocupadas por las tropas aliadas. A punto de desaparecer, de nuevo las motocicletas fueron su salvación.

BMW obtuvo una licencia restringida para reparar los vehículos militares del ocupante. Pronto se extendió a la fabricación de maquinaria agrícola, bicicletas, sartenes, cacerolas

y... motocicletas. El motor no podría superar los 250 Cc. Sin apenas medios, llevó a cabo su propio milagro alemán. En 1948 presentó la R24. En su primer año construyeron 10.000 unidades para un país que necesitaba urgentemente medios de transporte. El siguiente, 17.000. Luego vendrían la R51 y la R67 con motores de 500 y 600 cc, cuyo desarrollo fue llevado en secreto para no infringir las normas de los Aliados.

A medida que la economía europea se recuperaba, las motos dejaron de ser utilitarios y empezaron a ser vistas como vehículos de afición. Pero para ser juguetes, las BMW eran, son y probablemente siempre serán, caras. Al menos más que la competencia. Y la competencia a finales de los años 60 empezaba a ser japonesa. Cuando Honda sacó su Four de 750 Cc y cuatro cilindros en línea, sentó las bases de una revolución y las Triumph, Norton, Benelly y Guzzi se hicieron viejas de golpe.

BMW insistió en su propio camino y en su viejo motor boxer. En 1973 alcanzó las 500.000 unidades fabricadas. Tenía a su favor la leyenda de fiabilidad germana. El cliente de BMW sabía que adquiriría una moto cara de compra pero barata de mantenimiento. Pero su público envejecía. Los jóvenes no querían conducir un paquebote lento y pesado.

Entonces BMW inventó una revolución. A falta de novedosa tecnología, usó los sueños de aventura como materia prima. Surgió la saga G/S de Gelände (tierra) y Strasse (carretera), para definir a unas motos nunca vistas hasta entonces: aptas para circular por caminos sin asfaltar pero también por autopistas. En 1980 conmovió el mercado lanzando un extraño artefacto que maravilló a crítica y público. La R80 G/S, una motocicleta de enduro en apariencia pero con un enorme motor de 800 Cc. Nació un concepto nuevo, el de maxi trail. La idea demostró ser acertada. Todas las marcas tienen hoy una gran trail en su catálogo.

BMW sigue siendo la reina de la categoría desde hace 30 años con la familia GS, indiscutible superventas de la empresa. Resulta curioso tan formidable éxito comercial en un producto que el 90% de sus usuarios conduce sólo en carretera. ¿Por qué comprar una motocicleta de altas suspensiones, cubiertas mixtas, manillar ancho y rueda delantera mayor que la trasera? ¿Por qué gastar cientos o miles de euros en defensas de motor, faros suplementarios y baúles de aluminio? Lo que justifica la



elección de una GS no es que se planeé vivir una verdadera aventura, sino su imagen y el sueño de tal vez vivirla algún día.

BMW GS es sinónimo de motociclismo de aventura e intrépidos viajes por cualquier terreno. ¿Cómo ha sucedido este prodigio con unos vehículos nada baratos que en realidad muy pocos arriesgan a introducir en el barro, la arena, la grava y la tierra? ¿Qué justifica que en el mercado de ocasión las viejas GS mantengan un valor superior a modelos más modernos, ligeros y potentes? BMW dio en el clavo alumbrando un concepto novedoso, algo que el mercado necesitaba sin saberlo, pero eso no es suficiente para construir una leyenda. La leyenda necesita de épica, y ésta se encontró en el Sahara.

En 1981, BMW mandó un equipo al Rally París Dakar. Para sorpresa general, el francés Hubert Auriol ganó con una GS ese año y en 1983. En 1984 y 1985 lo haría el belga Gaston Rahier. Unirse a la historia de un rally que es en sí mismo el más sorprendente éxito de la mercadotecnia deportiva fue un acierto de consecuencias cataclísmicas. Las GS se vendieron como rosquillas. La marca no tardó en sacar una versión París Dakar con gran depósito y recias defensas. Una máquina

para el desierto que muy pocos de sus compradores sacaron alguna vez de cualquier París para llevarla a ningún Dakar.

En el siglo 21, la estrella GS parecía declinar. Muchos otros fabricantes habían inundado el mercado de motocicletas trail de uno y dos cilindros. El concepto parecía agotado aunque BMW insistía casi por inercia en sus grandes motores. Entonces sucedió. Ewan Mc Gregor y Charlie Boorman dan la vuelta al mundo en moto y ruedan una serie emitida por la BBC. De pronto, con Long Way Round se redescubren las grandes odiseas motociclistas que iniciara en los 70 Ted Simon, autor de Los Viajes de Júpiter. Lírica, valor, compañerismo. Publicidad, publicidad. ¿Y qué motos usan? Dos flamantes GS 1150 Adventure. El impacto es planetario. De nuevo BMW se catapulta al epicentro de un movimiento de masas y se aprovecha de un gran fenómeno comercial. Y mientras haya aventureros en moto que usen GS, el prodigio durará muchos años.

Quizá algún monje haya vendido su Ferrari, tal vez Dios regrese un día subido en una Harley, pero el sueño de la gran aventura que cambie la vida del viajero nunca ha dejado de montar en BMW.

