

Comunicado de prensa
20 de abril de 2015

Diario de un Nómada: La Última Danza de Guerra, la nueva aventura de Miquel Silvestre

Miquel Silvestre, embajador de BMW Motorrad recorre una ruta especial por el corazón de EE.UU y México. Con el título 'Diario de un Nómada: La Última Danza de Guerra', el road show documental emitido en La 2 se divide, en esta segunda temporada, en 10 capítulos que comienzan en San Francisco y terminan en Tijuana.

A bordo de una BMW R 1200 GS, esta ocasión tiene como fin rendir homenaje a los exploradores que consiguieron abrir las rutas comerciales de Norteamérica. Según RTVE 'buscamos el reencuentro del espectador con el héroe histórico en un mismo plano y a igual estatura, para que al reconocerse en la dificultad superada por el español del siglo XVI, el urbanita del XXI pueda ponerse en su piel y sentir su angustia, miedo, esfuerzo y valor. Buscamos la empatía con el explorador y no el temor ni la admiración'.

El índice de capítulos es el siguiente:

- Capítulo 1 - San Francisco
- Capítulo 2 - El Valle de la muerte
- Capítulo 3 - LA Ruta 66
- Capítulo 4 - La ciudad del cielo
- Capítulo 5 - La jornada del muerto
- Capítulo 6 - ¡Viva México!
- Capítulo 7 - Llegamos al DF
- Capítulo 8 - Tequila y peajes
- Capítulo 9 - Hotel California
- Capítulo 10 - Despedida en Tijuana

En total, el recorrido se estima en 10.000 kilómetros, siendo la BMW R 1200 GS una moto perfecta para completar el reto con grandes dotes para circular en todo tipo de terrenos, con la robustez y fiabilidad de un motor bóxer, característico de BMW Motorrad.

Diario de un Nómada es una serie documental de televisión. El éxito de la primera temporada se tradujo también en un libro bajo el mismo título.

El Grupo BMW

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls Royce, el Grupo BMW es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. Como empresa global, el Grupo BMW opera 30 sedes de producción y ensamblado en 14 países y tiene red de ventas en más de 140 países.

En 2014, el Grupo BMW vendió alrededor de 2,118 millones de coches y 123.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos para el año fiscal 2014 fueron de 8,71 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 80,40 mil millones. A 31 de diciembre de 2014, el Grupo BMW tenía unos 116.324 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa, por tanto, ha establecido la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, que incluye una amplia responsabilidad de producto y un firme compromiso de preservar los recursos como una parte integral de su estrategia.

www.bmw.es

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Espana>

Twitter: <http://twitter.com/BMWEspana>

Instagram: <http://instagram.com/bmwespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWEspana>

Google+: <http://plus.google.com/+bmwespana>