



A Palma, el 1990, ja feia cinc anys que funcionava una sala de diversió que ofería el que fins aquell moment era totalment desconegut. En un sol local ball, copes, menjar i, si de cas, sexe configuraven una oferta totalment original.

Mustang Ranch, el paradís del sexe

MIQUEL PAYERAS

Era l'any 1985 quan un empresari mallorquí, Joan Garau, i un pianista madrileny de residència a Sud-amèrica i als Estats Units, Javier Rodríguez, decidiren canviar el seu negoci –un piano bar– que no tenia massa èxit i reconvertir-lo en un centre de diversió a l'estil americà. El model, si més no pel nom, seria el famós Mustang Ranch del desert de Nevada, que ofereix, entre altres moltes coses, la companyia d'unes 500 senyoretetes. Dit i fet: primer molt modestament i, a poc a poc, creixent contínuament, el Mustang Ranch mallorquí s'ha convertit, en només cinc anys, en una de les principals atraccions de la nit de l'illa. Només per a cavallers majors d'edat.

Un lloc original. Segons els responsables, el Mustang és un lloc totalment novedós, original. “Crec que no hi ha res de semblant ni a tot Espanya ni tampoc a Europa”, assegura Javier Rodríguez, pianista en certs moments –“per a recordar vells temps”– i director comercial del centre.

On està l'originalitat? Amb una breu descripció i algunes dades, ràpidament es copsa la diferència: uns 2.000 m² construïts, aparcament privat, servei de seguretat, tres torns de neteja, un piano-



JOAN BELLA

bar, discoteca, un restaurant, nou sales de diversió i unes seixanta nines que solen freqüentar el local i que, si bé no hi treballen, “són lliures de fer el que vulguin amb els clients”, sempre dins de l'ordre i correcció que el lloc imposa.

Sens dubte són les sales de diversió les que més nom i fama donen al Mustang. Onze sales s'ofereixen, totes amb noms suggerents: “Sala Romana”, “Suite Venècia”, “Suite Mallorquina”, “Plaza de Toros”, “Mazmorra del Rey Arturo”, “La Cabaña del Canadá”, “Suite Àfrica Virgen”, “Sala Brasileña”, “Suite Apolo”, la “Show Room” i la “Sala Torquemada”. Totes elles estan perfectament equipades per a satisfer el més exigent dels amants: totes compten



MIQUEL PAYERAS “Nascut a Palma el 1961, vaig exercir la docència uns quants anys, fins que un amic em presentà n'Eliseu i –el meu destí devia estar sentenciat– tot d'una m'abduí cap aquesta casa: ‘De periodista et divertiràs més que de professor’. I aquí seguim, un quart de segle després. En aquell temps a la premsa en català no s'estilaven segons quins temes, però n'Eliseu insistia que havíem de fer periodisme ‘normal’ i parlar de tot. Dit i fet: res millor per ‘normalitzar-nos’ que a través de la més mítica casa de senyoretetes de Mallorca.”



per les possibilitats que ofereixen les sales. D'interès preferent cal definir algunes de les diversions. A més de la ja ressenyada, sobressurt la del tobogan, “on es pot fer l'amor de vint-i-cinc maneres diferents, i especialment recomanable és llepar-la-hi a la tia mentre baixes lentament”. Per a més aclariments, ens remeteren a la bibliografia ja comentada.

Una altra diversió que crida l'atenció és la que es podria anomenar “menjar i deixar-se beure”, que consisteix en el fet que “mentre sopes, una nina et fa la *fellatio*”. Original sens dubte.

Un empresa d'espectacles. “Nosaltres no tenim un muntatge com aquest, que val uns 400 milions de pessetes, pel fet de ser un lloc més. El que volem és ser un lloc d'atracció per a gent exigent, per al turisme de qualitat i per això necessitem oferir un màxim de qualitat i seriositat”.



amb llits que tenen les més diverses formes (circulars, en forma de gòndola...), banys d'hidromassatge, engronsadores, tobogans, i decoració al·legòrica a totes les estances. “Qualsevol fantasia sexual es pot fer realitat aquí”, asseguren.

I deu ser cert. Una de les nines que solen anar pel Mustang ens il·lustrava sobre les possibilitats: a l'engronsadora es pot fer l'amor de vint-i-set maneres diferents”. Quan li preguntàrem si podia ser més explícita, ens recomanà la lectura del Kamasutra.

La decoració és l'ànima del Mustang. Javier Rodríguez, el *músic creador*, explica: “Volíem crear uns decorats divertits que permetessin que la gent s'hi trobés a gust i no necessàriament hagi

d'anar a fotre, només, un clau. I crec que ho hem aconseguit. El Mustang no és un *matadero* on es va a descarregar” ràpidament, inclús sòrdidament. No, el motor del Mustang “no és sexe només, és una sèrie de coses com la diversió, l'entreteniment, a preus assequibles”. En sintonia amb el que diu, el senyor Rodríguez anirà el mes de gener als EUA a “agafar idees” perquè d'aquí a uns sis mesos es pugui canviar totalment la decoració del local. De fet, aquest és el període que normalment dura una mateixa decoració. “No ens podem quedar aturats”, comenta.

Tot i que el sexe no és el motor del Mustang, el cert és que en deu ser una part molt important, si s'ha de jutjar

Aquesta seriositat i qualitat es tradueix en una atenció màxima al client –begudes de marca, educació...– i oferint-li, sobretot, un esment especial en la decoració, que els ha portat a gastar més d'un milió i mig de pessetes –i set setmanes de feina– a decorar una sola sala.

Tant el propietari com el director comercial insisteixen que el Mustang és una empresa d'espectacle normal: “Nosaltres no som macarrons ni res de semblant, som una empresa normal”. Per a crear i mantenir la imatge, el Mustang es gasta unes 200.000 pessetes setmanals en publicitat, especialment durant la temporada alta que és des del mes d'abril fins al juny i del setembre al desembre. És una dada curiosa que dels



JOAN CELIA

Qualsevol fantasia sexual és factible al Mustang Ranch.

quatre diaris que hi ha a Mallorca dos no fan publicitat de “cases de massatges” ni posen “anuncis personals”. En canvi sí que insereixen, o han inserit, anuncis del Mustang, la qual cosa fa esclatar Javier Rodríguez: “Clar, és que nosaltres som una empresa normal, res de *puticlub* ni coses d’aquestes”.

Sense poder amagar un indissimulat orgull, el propietari, Joan Garau, confirma la idea: “Parlar del Mustang és parlar d’un paisatge més de Mallorca”.

La idea original de muntar aquesta empresa, i l’èxit obtingut, porten els responsables a una reflexió: “Si l’haguéssim muntada en una gran ciutat estic convençut que multiplicaríem per tres o per quatre”. De tota manera no es queixen i reconeixen que una possible competència és molt difícil. “El sexe comprat tendeix a desaparèixer, només queden els centres de diversió ben muntats, i esperam que el Mustang sigui un d’ells. A més, això és difícil de copiar. Qui es gasta 400 milions per a muntar-ho tot de cop? Ningú, això es fa a poc a poc, com nosaltres. Però nosaltres ja hi som”.

Com tot establiment de serveis, el Mustang també nota la baixada del turisme però, diuen, el client típic no és el que ha deixat d’anar a Mallorca: “El que sí que notarem va ser la psicosis de la sida, ara fa uns anys, però amb les mesures higièniques que tenim –neteja total i una infermeria amb un metge i una

infermera– a més dels condons, sembla que ara ja s’ha normalitzat la cosa. I és que oferim una total seriositat”.

Els visitants. És impossible definir una tipologia del visitant –més que client– del Mustang. Són tants i tan diversos que els mateixos responsables diuen que “aquí ve tot tipus de gent: durant una nit punta com és el divendres, hi deuen passar potser unes 500 o 600 persones”.

A pesar de tanta heterogeneïtat sí que es poden configurar uns grans grups fàcilment identificables. Una part important són els curiosos, joves entre 18 i 25 anys que s’acosten a fer una copa al Mustang “per veure el panorama”. No solen lligar i tampoc es caracteritzen per unes grans despeses.

Un altre grup és el de parelles. “Darrerament hem observat un increment de parelles que vénen a utilitzar les nostres instal·lacions; i també es comença a notar la presència de grups de matrimonis que vénen, per insistència de l’esposa, a excitar la imaginació”, explica Javier Rodríguez.

Dins certs sectors socials ja s’ha convertit en una tradició fer les festes d’acomiadament de solter al Mustang. Tant és així que una de les sales, la “Show Room”, està pensada exclusivament per a ells: tres llits separats escassament per un metre, gran banyera d’hidromassatge i suficient espai per a ballar.

El grup més important –per qualitat, no per quantitat– el formen els turistes de més poder adquisitiu i els executius, incloent en aquest grup tots els que disposen de sous prou alts per a poder passar una vetlada completa. El centre els ofereix possibilitats gairebé infinites. Entre totes les activitats, la que darrerament té una gran acceptació és la d’organitzar dinars o sopars de negocis en alguns dels reservats. I mentre se sopa una al·lota fa una *fellatio*, rotatoriament, als executius. Qui primer ejacula, paga.

Clar que tot el que agrada, costa. Segons el director comercial, “es poden gastar molts doblers però també es pot venir a fer una cervesa, simplement”. I també és cert, com ell mateix diu, que un dia vingué una persona molt coneguda en els ambients socials de Palma que es gastà quasi un milió i mig de pessetes en una nit. Això és el Mustang. Com diu la seva publicitat: “La otra historia”.

Mustang Ranch

- Horari: Cada dia de les 16 hores fins...
- Servei de restaurant. Preus normals.
- Discoteca-piano bar. Preus normals.
- Piscina, per a l’estiu.
- Sales: Les més especials són:
 - “Cabaña del Canadá”: hidromassatge, sauna, ample llit.
 - “Suite Venezia”: hidromassatge, llit-gòndola.
 - “Suite África Virgen”: decoració selvàtica, hidromassatge, engronsadora per a emular un Tarzan del sexe.
 - “Plaza de Toros”: hidromassatge i un llit rodó de dimensions suficients per a *corridas* multitudinàries.
 - “Suite Apolo”: hidromassatge, llit circular dins una semi-esfera de vidre que simula una nau espacial, llums rotatoris que reproduïxen l’espai.
 - “Torquemada”: gabinet de tortura inquisitorial amb tots els estris necessaris: poltre, cep, creu en “x” per afermar-se... Poc usada, sembla que només els alemanys hi tenen debilitat.