

«La escuela ha terminado». Este es uno de sus éxitos y, también, su adiós a la infancia y su entrada en la fama. Todos los muros de París han reflejado el cambio.



# SHEILA

como en un cuento de hadas



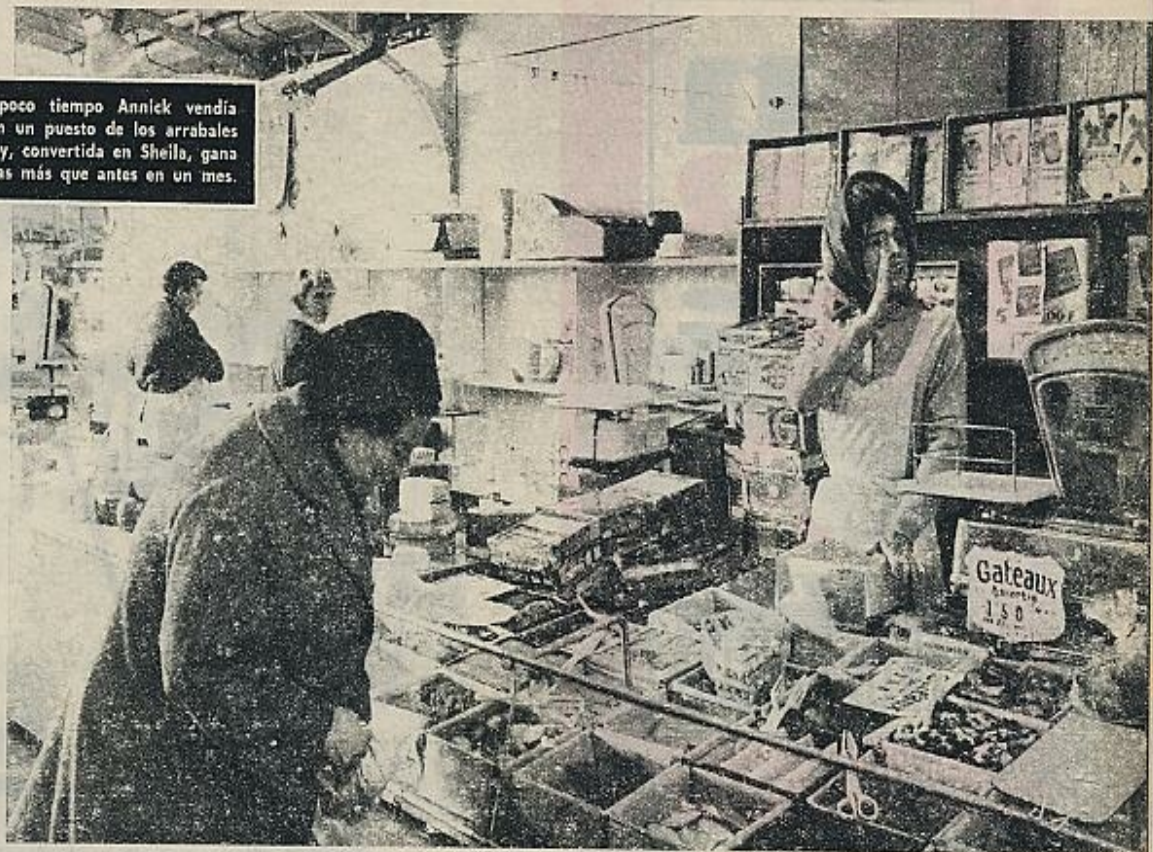
**A**NNICK ha dejado de llamarse Annick: se llama Sheila. La novela «rosa» ha sido consumada. Este tiempo, agitado y confuso, concede a veces treguas, cambia de pronto, para alguien, de signo y admite un final feliz. Sheila es el «happy end» de Annick. De Annick Chancel, hija de tenderos, modesta vendedora de bombones en los arrabales de París.

La historia de Annick, hoy Sheila, es como una hermosa fábula antigua, injertada en un mundo que ya no cree en muchas cosas pero no puede prescindir de los cuentos de hadas debidamente actualizados, sin apariciones milagrosas ni varitas mágicas.

La anécdota es sencilla. Annick Chancel iba «formando», «haciendo» su voz, mientras vendía golosinas. En ritmos y tonos diferentes, gritaba su mercancía a los viandantes. A la tarde, cerrado ya su puesto de bombones, Annick corría hacia un hangar cerrado



Hace muy poco tiempo Annick vendía bombones en un puesto de los arrabales de París. Hoy, convertida en Sheila, gana en unas horas más que antes en un mes.



A la caída de la tarde —y ya cerrado su puesto de golosinas— Annick se reunía con sus amigos en un hangar. Allí, al son de una guitarra comprada de ocasión, ensayaba los «twist» de moda. Hasta que un día llegó su oportunidad.

donde la aguardaba un grupo de amigos. Allí, al son de guitarras eléctricas compradas «de ocasión», cantaba los «twist» de moda. Guapa, con dieciséis años, esperaba su oportunidad. La oportunidad llegó pronto. Uno de sus compañeros de afición le dijo un día: «He hablado con un amigo que trabaja en una casa de discos. Quiere escucharte». Annick no vaciló. Y eligió para la prueba el último gran éxito americano: «Petite Sheila». Al día siguiente registraba la canción. Una semana más y Annick, convertida en Sheila para el público, ya era famosa en Francia.

La historia tiene otra vertiente. Tiene también un perfil comercial. El setenta y cinco por ciento de los discos son vendidos a menores de veinte años. La producción debe renovarse sin cesar. Los compradores —«twisteurs» en potencia— quieren reconocerse en las voces de moda. Hay que multiplicar mil veces el mito Presley. Las fábricas devoran aficiones, el mercado impone sus leyes. Por eso Annick, humilde vendedora de bombones, se ha transformado en Sheila. La cantante de moda. Siete mil discos por día. «La escuela ha terminado» —su adiós a la infancia— «El rancho» —su ilusión de adolescente— baten todos los records. Ya se ha consumado la novela «rosa», la fábula antigua convenientemente actualizada.

(Fotos H. VARENNE)