

## Belge sur le retour

13/20

RÉCIT



Après 25 années d'exil au Mexique, l'écrivain Hubert Antoine, lauréat du prix Rossel en 2016, observe une Belgique différente. Vingt épisodes durant, il nous livre la chronique de son retour sous nos latitudes et convoque, tour à tour, les vieux slows de Pierre, les gaufres chaudes, le patriotisme de Guy Coëme ou les femmes de Corto Maltese.

## Carte postale vs selfie



HUBERT ANTOINE

En regardant *Brokeback Mountain* avec ma fille de 18 ans, celle-ci s'étonne de l'existence des cartes postales, clés des rendez-vous amoureux des amants du film.

« Tout le monde pouvait lire ce qui était écrit dessus ! », s'exclame ma cadette.

« Mais oui, il n'y avait pas besoin d'enveloppe. C'étaient des messages d'amitié, un petit coucou pendant les vacances, une pensée. »

« C'est stupide. Il n'y avait rien de privé. »

« Les cartes postales, c'était communisme. L'important n'était pas ce qui était écrit mais le geste, la volonté de dire aux personnes qui nous sont chères qu'on les aime, mais sans vraiment le déclarer. »

« Un petit cœur, quoi. Comme sur Insta. »

« Ce n'est pas tout à fait la même chose... Sur Instagram, celui qui poste sa photo recherche le maximum de vues tandis qu'une carte postale était dirigée à quelqu'un en particulier. Un geste personnalisé. »

« Tu parles d'un intime ! Une photo décatie d'un monument ou d'une place, le tout imprimé à des milliers d'exemplaires et au verso une signature... »

« Tu connais le mot décati, toi ? »

« Et toi, tu connais l'appli Layout ? #jefaispaslemalin très longtemps »

« Ne me fais pas croire qu'Instagram n'est pas un moyen d'augmenter l'égo déjà surdimensionné de chaque enfant gâté de ta génération ! »

Soupir d'Elise qui m'abandonne pour rejoindre l'écran de son iPhone.

En 1994, je me souviens d'avoir envoyé une dizaine de cartes postales d'Ushuaia, en pensant à l'effet bœuf qu'aurait sur mes correspondants européens le cachet de la poste indiquant que ce port argentin était la ville la plus australe du monde. Et cet orgueil d'interpréter un rôle de supposé grand aventurier à la Corto Maltese me rapproche plus du selfie prétentieux que de l'amical coucou expédié loin du nid.

Cette confession me renvoie à une jeunesse merveilleuse. Mais je déteste la nostalgie, elle me décatit.

3/5

JEUX VIDÉO

## Les héros de notre enfance

Fifi Brindacier, Goldorak, Mario Bros, Son Goku. Leurs innombrables passages dans le petit écran ont bercé l'enfance de différentes générations. Cette semaine, « Le Soir » dresse leurs portraits. Pour que les plus jeunes d'entre nous découvrent les héros de l'enfance de leurs parents. Et les parents ceux qui ont fait rêver leurs enfants...

## Mario, le héros culte qui n'aurait jamais dû exister

La construction du personnage emblématique de Nintendo est pour une grande partie affaire de hasards et de bricolages.

LORRAINE KIHL

Il y a eu les nuits écourtées sur la dernière console de Nintendo pour « juste finir ce niveau et après j'arrête » (ou pas). Les taquineries à Mario Kart, quatre devant l'écran, chips et mauvaise bière, puis les débuts d'empoignade dans le mode *battle* (trop, trop de stress). Et puis les prises de tête à Super Mario world sur la Super Nintendo PARCE QUE C'EST JUSTE IMPOSSIBLE CE JEU. Bref, une vie avec un Mario toujours dans le coin.

Pourtant, ça s'est joué à rien : il n'aurait jamais dû exister.

Le papa de Mario est aujourd'hui un pape du jeu vidéo, Shigeru Miyamoto. Il est notamment à l'origine de *Zelda*, *Donkey Kong* ou encore *Star Fox*. Mais lorsqu'il se lance en 1981 dans le projet qui donnera naissance au fameux plombier, son baptême du feu, c'est pour créer un jeu dédié à... Popeye. Oui, celui des épinards. Le Japonais et son équipe ont alors imaginé un jeu d'arcade à partir d'un épisode du dessin animé dans lequel Popeye et le méchant Brutus se battent dans un immeuble en construction pour tenter de sauver Olive, l'élu de leur cœur, en proie à une dangereuse crise de somnambulisme. Le jeu consiste donc en des échafaudages du haut desquels Brutus jette des tonneaux pour empêcher Popeye de monter délivrer la belle Olive.

770

La franchise, qui regrouperait plus de 200 jeux, est la plus vendue au monde avec plus de 770 millions de copies vendues. Loin devant *Pokemon* ou *Call of Duty*. En près de 40 ans, Nintendo a construit un empire autour de son plombier via les jeux, avant tout, mais aussi le merchandising et une diversification de la marque (dessin animé, manga...) même si le développeur s'est montré très prudent sur le cinéma (voir ci-dessous). L.K.

Le jeu est nommé *Donkey Kong* et personne ne s'embarrasse de donner une véritable histoire ou ne serait-ce qu'un nom au héros sauteur d'obstacles : on sait qu'il est charpentier - rapport aux échafaudages - et il est parfois désigné sous le terme *jumpman* (« l'homme qui saute »). Le héros est en fait vu comme l'extension du joueur. « Nintendo fait d'abord des jeux, des mécaniques amusantes qui ouvrent de nouvelles possibilités », explique François Gorges, historien du jeu vidéo et fondateur de la maison d'édition Omake Books. « Ici, il s'agissait de sauter, ce qui est assez innovant pour l'époque où la plupart des jeux

consistaient en du tir ou des labyrinthes. C'est seulement en fonction de cette mécanique de jeu que le développeur adapte l'histoire. »

Ainsi, lorsque Nintendo publie *Mario Bros* en 1983, attribuant un frère et un nouveau métier à son personnage, c'est pour justifier les nouvelles fonctionnalités développées : des tuyaux d'où sortent des monstres, d'où le job de plombier, et la possibilité de jouer à deux - bienvenu Luigi ! (notons au passage l'effort graphique : à ce stade, Luigi, c'est Mario en vert). « Aujourd'hui encore, Nintendo continue de fonctionner de cette manière. Pour *Super Mario Sunshine*, sorti en 2002, ils ont ajouté un jet pack et un contrôleur permettant de se déplacer autrement et d'effacer des trucs. A partir de là, ils ont élaboré une histoire où Mario doit nettoyer une île avec un arrosoir. Cette approche, propre à Nintendo, leur permet d'avoir quelque chose de toujours très cohérent : on reprend à chaque fois les mêmes bases et on brode une histoire pour justifier la nouvelle fonctionnalité. »

## Mario, le locataire d'un entrepôt

Quant au nom, *Mario*, et l'identité italo-américaine qui va avec, rien de très réfléchi non plus. Des employés de l'équipe américaine de Nintendo ont trouvé une ressemblance entre les dessins de *Jumpman* développés pour le marketing de *Donkey Kong* et un certain Mario Arnold Segale, qui avait loué un entrepôt à l'entreprise. En interne, *Mario* devient le nouveau nom informel du personnage. Ce que la maison mère finit par ap-

Mario a traversé les générations, comme peu de personnages

François Gorge  
Historien du jeu vidéo

”

prendre... et adopter.

Au fil des quelque 200 jeux qui lui sont plus ou moins associés, Mario lancera des légumes, rétrécira, grandira, deviendra médecin, explorateur, écureuil, sauvera Peach (souvent), chevauchera des dinosaures, nettoiera des façades... Peu importe, finalement, la cohérence du scénario global tant que l'univers et les jeux fonctionnent. « Mario a traversé les générations, comme peu de personnages », souligne François Gorge. « Lorsqu'il est arrivé sur le marché du jeu vidéo, on avait des Superman, des Batman, des Spiderman. Il était complètement décalé : bedonnant, entre deux âges avec sa salopette ringarde. C'était Monsieur Tout-le-Monde qui faisait des trucs fantastiques. Cela reste sa force. En plus d'être des jeux vraiment réussis. »



Le jeu Donkey Kong. © CAPTURE D'ÉCRAN YOUTUBE.