Mario Kart Tour – Una pericolosa sbandata

In principio fu ***Super Mario Run*** a segnare il debutto dell'azienda di Kyoto sul mercato mobile: un titolo che manteneva il "cuore" dei vari ***New Super Mario*** visti su console, ma con un sistema a pagamento che ricordava la scena *shareware* dei primi anni '90 su PC. Molti download e pochi introiti rispetto alla media dei titoli più scaricati sui market **Android** e **iOS** spinsero **Nintendo** a cambiare radicalmente approccio, accodandosi al più classico delle proposte per giochi mobile: le tanto discusse **microtransazioni**, arrivando anche a "copiare" meccaniche di titoli radicati nell'immaginario dei giochi per smartphone, come nel caso del recente ***Dr. Mario World***, che ricordava (anche fin troppo) i vari ***Candy Crush***. ***Mario Kart Tour*** avrà imparato dagli errori dei predecessori, consegnando ai giocatori quella che è l'esperienza *casual* Nintendo perfetta? *Nì*...ma partiamo dal principio.

Slippery when wet

Appena avvieremo ***Mario Kart Tour*** (e dopo aver fatto login, o registrato, il nostro Nintendo ID, obbligatorio per poter giocare) verremo posti a una scelta fondamentale: guida semplice o avanzata? La prima si descrive da sola, con una freccia che indica la direzione del nostro kart e che rappresenta la scelta ideale per i neofiti che non hanno mai avuto l'occasione di giocare a un ***Mario Kart***. L'avanzata, invece, è per gli esperti del titolo e chi mastica pane e gusci rossi: niente aiuti, ma le derapate sono più frequenti, mentre nel primo caso, avvengono automaticamente durante una curva più acuta. Vi è anche la possibilità di sterzare usando il giroscopio del nostro smartphone, ma essendo scomodo e poco utile alla causa, è sconsigliato da molti, visto che trasforma il kart in una sorta di piccolo veicolo impazzito che sfreccia a destra e a manca come un cavallo imbizzarrito.
I comandi sono croce e delizia di questo titolo: **Nintendo** sostiene che si può giocare usando una sola mano (anche perché l'accelerazione del kart è automatica), ma in realtà, soprattutto usando la

guida avanzata, usare le due mani è praticamente obbligatorio, visto che per sterzare si deve "swipare" verso sinistra o verso destra, mentre per lanciare i **power-up** bisogna scorrere il dito verso l'alto o verso il basso del nostro schermo, per poter usare le armi verso chi sta nelle posizioni più avanzate o verso chi ci insegue.
Altro elemento altalenante è rappresentato dalla struttura di gioco: sembra assurdo che un titolo basato sul multiplayer come ***Mario Kart*** non permetta già al lancio di non poter sfidare i propri amici, oltre al fatto che la possibilità di stilare una **lista amici** verrà sbloccata solo **dopo aver completato il quinto trofeo**. Al momento regna sovrano solo l'accoppiamento casuale con giocatori di tutto il mondo e le consuete sfide tra conoscenti sono relegate a un'inutile classifica con i punti ottenuti durante le nostre corse. I trofei e le gare sono anche ben strutturate: tre gare normali e una sfida (che sotto un certo punto di vista funge quasi da tutorial allargato) con cinque Megastelle (tre per le sfide) da guadagnare in base al nostro punteggio, calcolato dalle nostre mosse (come le derapate o un power-up andato a segno) e dalla nostra posizione finale nel tabellone di gara. Peccato solamente per le piste a disposizione, davvero poche attualmente, e continuamente riciclate sotto forma di modifiche al tracciato (lo si può avere normale, al contrario o in versione Extrema, con salti e dossi in più). In più le scelte non sono nemmeno delle migliori, come nel caso di **Veduta di New York**, poco adatta al gameplay su mobile, avendo delle curve a gomito strette che diventano quasi impossibili da fare su uno smartphone.
Graficamente il titolo è un piccolo gioiello: certo, non ci sarà la pulizia e la potenza grafica delle versioni casalinghe per **Switch** o **3DS**, ma il framerate è stabile e non rallenta nemmeno usando smartphone di fascia medio-bassa.

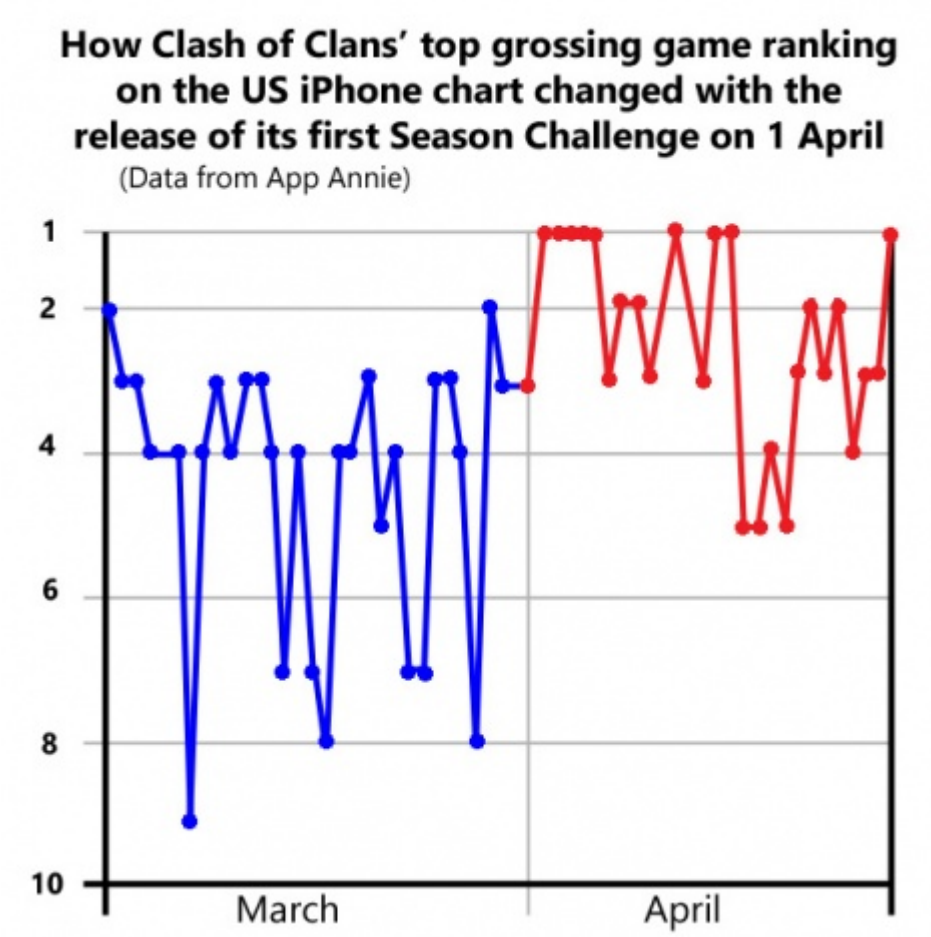
Pay the man

Se vi eravate lamentati per le eccessive microtransazioni di ***Dr. Mario World***, preparatevi al peggio, perché **Nintendo** su ***Mario Kart Tour*** ha veramente calcato la mano: il gioco presenta **due valute**, le **Monete**, gratuite e ottenibili in ogni circuito presente nel gioco, che vengono usate per poter acquistare alcuni oggetti a rotazione disponibili sullo store, come personaggi, kart o

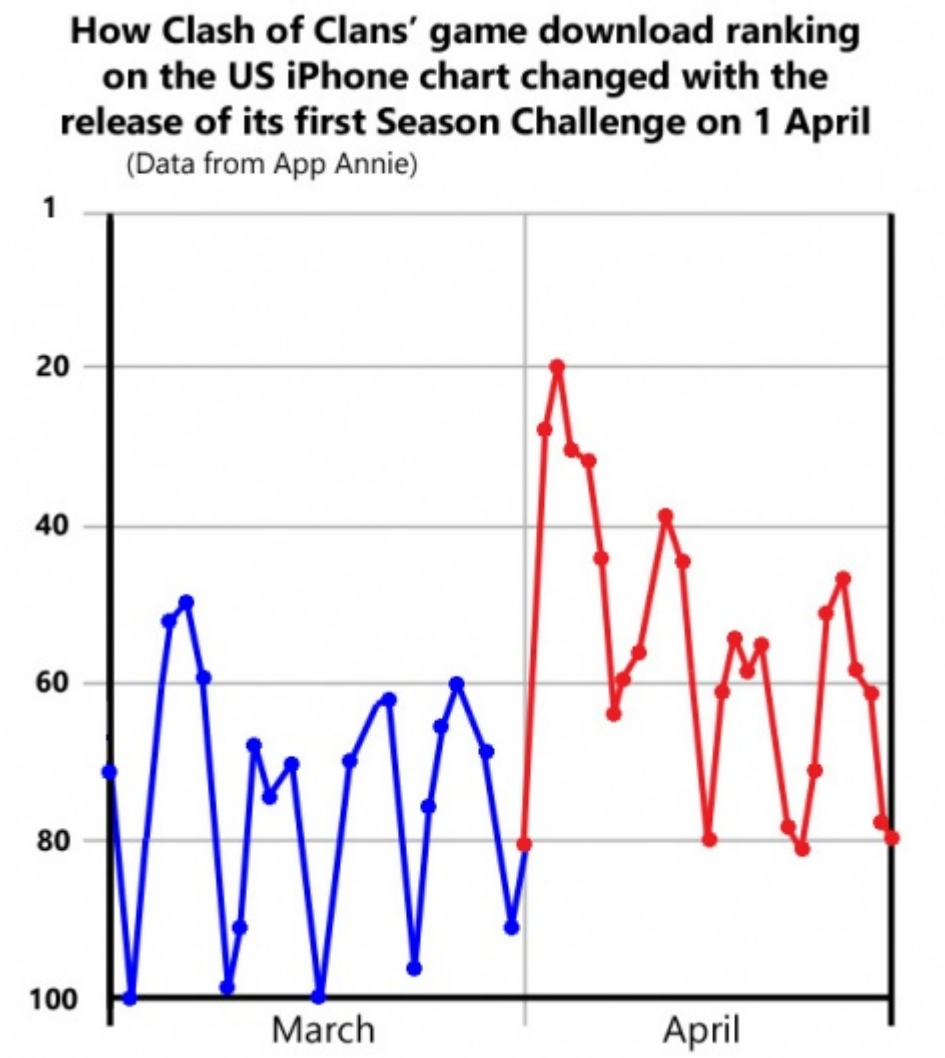
deltaplani. La **seconda valuta** è rappresentata dai **Rubini**, ottenibili sia in game tramite bonus giornalieri o completando alcune sfide, oppure pagando, partendo da un minimo di **2,29€** per tre Rubini (sostanzialmente inutili, visto che un lancio, ovvero l'acquisto casuale di uno dei tre oggetti succitati costa cinque Rubini) fino a un massimo di **75€** per **135 Rubini**. Scelta francamente folle da parte di **Nintendo**, società che sembra aver sacrificato la fetta di pubblico più giovane, che da sempre ha cercato di difendere e appoggiare, all'altare del vil denaro. Ancora più scellerata, se consideriamo il **Pass Premium mensile** da **5,49€** che contiene come esclusiva la **Classe 200cc** e molti Rubini, irraggiungibili per gli utenti che scelgono di giocare gratuitamente.
È il più grande difetto di quello che, con molta probabilità, rappresenta l'apporto migliore di Nintendo dato al mondo del mobile gaming: ***Mario Kart Tour*** è divertente come gioco mordi e fuggi, adatto sia ai neofiti che agli utenti più smaliziati, nonostante molti aiuti come l'accelerazione automatica e l'impossibilità di uscire fuori pista (se non in determinati punti di alcuni tracciati). Purtroppo le microtransazioni, eccessive e molto pesanti, e il sistema di controllo non proprio ottimale per uno smartphone frenano il valore di un titolo che diverte e fa imprecare, proprio come un normale ***Mario Kart***.
Mario Kart Tour è disponibile gratuitamente su Google Play Store e su App Store Apple.

La Grande Sfida (stagionale) di Clash of Clans

L'ottimo riscontro ottenuto da ***Fortnite*** con strategie di monetizzazione quali il **Battle Pass** (pacchetto che garantisce ai giocatori l'accesso a sfide aggiuntive e upgrade estetici, e che a oggi ha fruttato a **Epic Games** ben oltre **3 miliardi di dollari**) ha prevedibilmente generato l'emulazione da parte di tanti altri videogame, che non sempre hanno raccolto gli stessi risultati.
Il prezzo del pass non è alto (circa **10 dollari**/euro a stagione), e il resto della spesa da parte del giocatore dipende dal contesto di game economic design: se in vari giochi gli acquisti possono essere decisivi per determinare il progresso in-game, in *Fortnite* si parla soprattutto di abbellimenti e sfide alle quali non si potrebbe accedere altrimenti.
Risulta chiaro che titoli come *Fortnite*, forte di una base di 250 milioni di utenti registrati, possano ben permettersi di contare su dei Battle Pass tutto sommato a portata di spesa dei giocatori per generare comunque ottime revenue, mentre altri debbano contare su "whale" o "dolphin" (utenti, dunque, che investono cifre non indifferenti negli **in-app purchase**).
C'è chi è riuscito a combinare entrambe le strategie, e non stupisce che a farlo siano stati dei maestri del settore come **Supercell**.
Lo sviluppatore finlandese ha infatti introdotto lo scorso primo Aprile nel suo ***Clash of Clans*** (titolo che dalla sua uscita, nel 2012, ha generato oltre 6 miliardi di dollari di revenue) le cosiddette "**Sfide Stagionali**" (o "Season Challenges"), percorsi fatti con obiettivi e ricompense da sbloccare che hanno avuto un ottimo riscontro.
Già dalla prima settimana i risultati sono stati infatti notevoli, con oltre **27 milioni di dollari guadagnati nella prima settimana**: i giocatori hanno speso circa poco meno di **4 milioni al giorno** nel titolo nei **primi 7 giorni** dopo il lancio in 46 paesi, generando una crescita delle revenue di circa il **145%** (il periodo precedente registrava circa 11 milioni di dollari a settimana, circa 1,6 milioni al giorno).
Clash of Clans è quindi balzato al **primo posto della classifica USA** dei più giocati per iPhone, dove è rimasto per 5 giorni di fila, come può vedersi dal grafico sottostante:



Negli ultimi due mesi l'app ha mantenuto in media un buon terzo **terzo posto**, con qualche sporadico picco verso il basso, e ad aprile è lampante il miglioramento di performance: un risultato molto buono per una strategia di monetizzazione che prevede la semplice **vendita di un pass oro** al costo di **5,49 €** (**4,99 $**, negli USA). Ma non è questo il "core" della strategia delle Sfide Stagionali. Gli obiettivi delle Season, infatti, oltre alla monetizzazione, hanno come target il miglioramento di **engagement** e **retention**, oltre che la **riduzione del churn rate** (tasso di abbandono degli utenti) e la possibilità di reingaggiare parte di quegli utenti che hanno smesso di giocare.



I numeri oggi paiono dar ragione a **Supercell**: le **24 sfide disponibili** con il solo **Pass Argento** (quello non a pagamento, insomma) hanno incentivato gli utenti a giocare, allettati dalla possibilità di collezionare nuovi punti e currency che permettono a loro volta di ottenere risorse in game e boost vari. Nel solo mese di aprile, *Clash of Clans* ha generato circa **71 milioni di dollari**, oltre il **72%** in più del mese precedente, e ben l'**85%** rispetto all'aprile dello scorso anno.
Il gioco ha inoltre registrato il **primo maggio 2019** un guadagno di circa **6,9 milioni di dollari** da acquisti in-app, miglior performance registrata dal Natale del 2015 a oggi.
Il **Pass oro** offre un surplus in termini di risorse e boost, e si fregia di un boccone succulento per molti utenti, che sta nella possibilità di ottenere la skin del **Re barbaro** e quella della **Regina degli arcieri**, sbloccabile dal mese in corso fino alla fine della stagione (che terminerà il prossimo 31 maggio).

Pur avendo portato buoni risultati a Supercell, si capisce come un pacchetto da **5 $** ha effetti limitati: il vero guadagno per lo sviluppatore sta in quel che viene *dopo*. Pare infatti che le sfide stagionali abbiano incoraggiato di rimando i giocatori a spendere più di 5$ all'interno di *Clash of Clans*.

Sarà interessante vedere per quanto tempo Supercell riuscirà a tenere in piedi un evento regolare come le sfide stagionali che a primo acchito sembra volto alla monetizzazione, ma che in realtà è una vera e propria meccanica di engagement che può innalzare nel medio termine le revenue dell'intera economia dell'app.
Clash of Clans potrebbe insomma diventare il primo mobile game da **10 miliardi di dollari** di

revenue generate nel suo intero lifetime, la strada pare essere quella giusta.

Mobile Gaming: i migliori giochi per smartphone dei primi 4 mesi del 2019

Sono passati appena 4 mesi in questo 2019 e già possiamo considerarlo l'anno del **mobile gaming**. Grazie alla costante attenzione per il settore e ai progressi tecnologici degli hardware, gli sviluppatori più importanti hanno lanciato in questo primo quadrimestre alcuni dei più bei giochi mai visti su smartphone e tablet. Andiamo a scoprirli.

L'anno si è aperto con il botto per gli appassionati di mobile gaming sportivo. A gennaio è infatti arrivata la nuova versione di ***PES 2019***, uno dei migliori simulatori di calcio per dispositivi mobili. Basato sull'**Unreal Engine 4**, lo stesso motore grafico della versione console, il gioco è stato migliorato sia nella veste grafica che in quella del numero delle opzioni offerte ai giocatori. Molto interessante al riguardo la possibilità di creare tornei multi player in locale con i propri amici e l'aggiornamento delle skills dei giocatori basato sulle prestazioni messe in campo nel mondo reale.

La principale novità di febbraio è stata l'aggiornamento alla **versione 7.30 di *Fortnite*** per smartphone. Che il titolo della Epic sia uno dei fenomeni del gaming globale degli ultimi anni è ormai cosa nota. Quello che però rende interessante la nuova versione mobile è che è stata aggiunta la possibilità di supportare i gamepad esterni. Una decisione che avvicina le prestazioni del gioco a quelle della versione console. I pad si configurano automaticamente al momento dell'apertura del gioco e permettono esperienze molto più complete e personalizzate.

Quest'anno ricorre anche il decennale dell'arrivo sul mercato italiano dell'app ***Poker Stars Mobile***, vero e proprio punto di riferimento per gli appassionati di Texas Hold'em che non vogliono rinunciare al divertimento anche in mobilità. E se c'è un momento ideale per provare l'app della è proprio questo: in questi giorni ci saranno le celebrazioni per la mano numero 200 miliardi e la Casa della Picca Rossa ha creato eventi ad hoc per festeggiare l'evento, compresi tornei speciali, nuovi bonus per i giocatori ed estrazioni che offrono la possibilità di partecipare agli eventi più prestigiosi.
In questo decennio il gruppo Stars non ha mai smesso di rinnovare il proprio software che oggi permette di disputare, sia agli utenti iOs che Android, partite di **Texas Hold'em** e **Omaha**, le due specialità di poker più diffuse al mondo. Ma c'è di più. Sono state aggiunte molte nuove opzioni di gioco, tra cui multi-tavolo, **Sit & Go** e **cash games** ed è stata migliorata la funzionalità "trova giocatore" e "trova torneo", veri e propri motori di ricerca interni che permettono di individuare avversari ed eventi in ogni angolo dl globo.

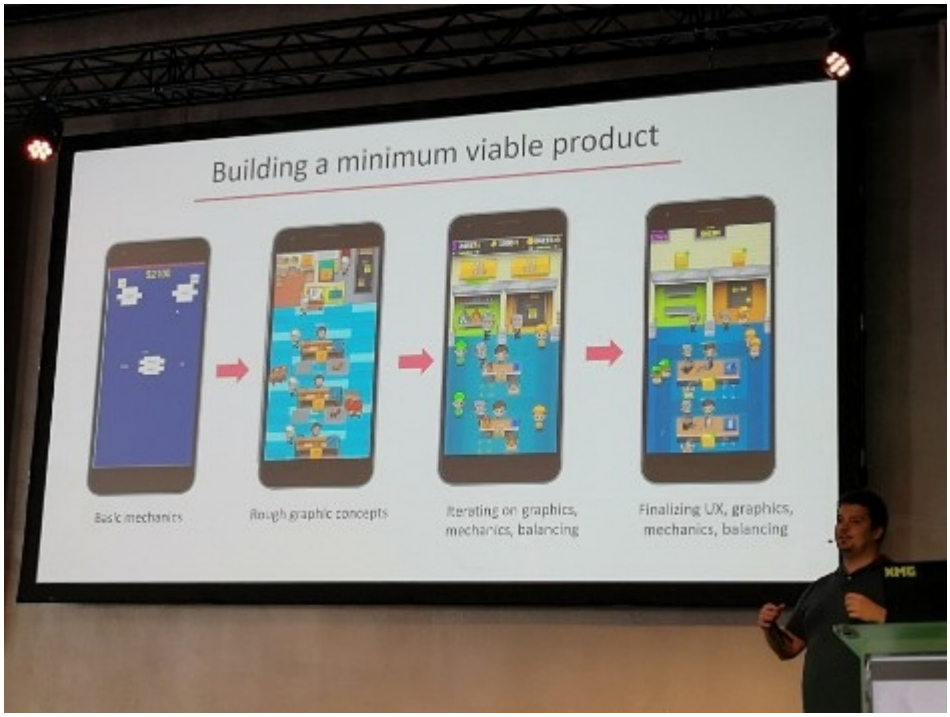
A marzo gli appassionati di avventure ai limiti del paranormale si sono esaltati per l'arrivo di ***Life is Strange*** e ***Life is Strange: Before the Storm***, due giochi identici dal punto di vista tecnico e del gameplay, ma diversi per argomenti narrati.

Dopo il successo mondiale ottenuto su Pc e console, la saga di **Dontnod** è arrivata anche su smartphone e tablet e ripropone la ricetta vincente fatta di suspense, colpi di scena e una trama estremamente profonda e articolata. Protagonista del gioco **Max**, che dopo aver assistito a un fatto di cronaca nera scopre di avere il potere di tornare indietro nel tempo e di modificare il corso degli eventi. Il gameplay ricorda quello dei giochi di ruolo più famosi, con risposte multiple e interazioni con i personaggi che modificheranno lo sviluppo della storia. Un titolo dalle prestazioni estremamente elevate per il mobile gaming che rispetto alle versioni per altre piattaforme pecca solo dal punto di vista puramente grafico.

Chiudiamo la nostra rassegna con ***Eternium***, un titolo non recentissimo ma che è stato costantemente migliorato nel corso degli ultimi anni. Ispirato a ***Diablo***, capostipite dei giochi fantasy e pronto ad arrivare sui nostri schermi come serie animata, *Eternium* stupisce per il sistema di controllo del personaggio (basato su gesture e tocchi) e per le grandi possibilità di personalizzazione offerte ai giocatori.
È infatti possibile creare fino a **5 personaggi diversi** e gestirli in contemporanea, richiamandoli in gioco in qualsiasi momento dal menu principale. A differenza di altri giochi di questo tipo, *Eternium* può essere giocato anche in assenza di connessione e non presenta contenuti a pagamento invasivi: due caratteristiche che hanno fatto del prodotto di casa **Making Fun**, uno dei più apprezzati giochi di ruolo a livello globale.

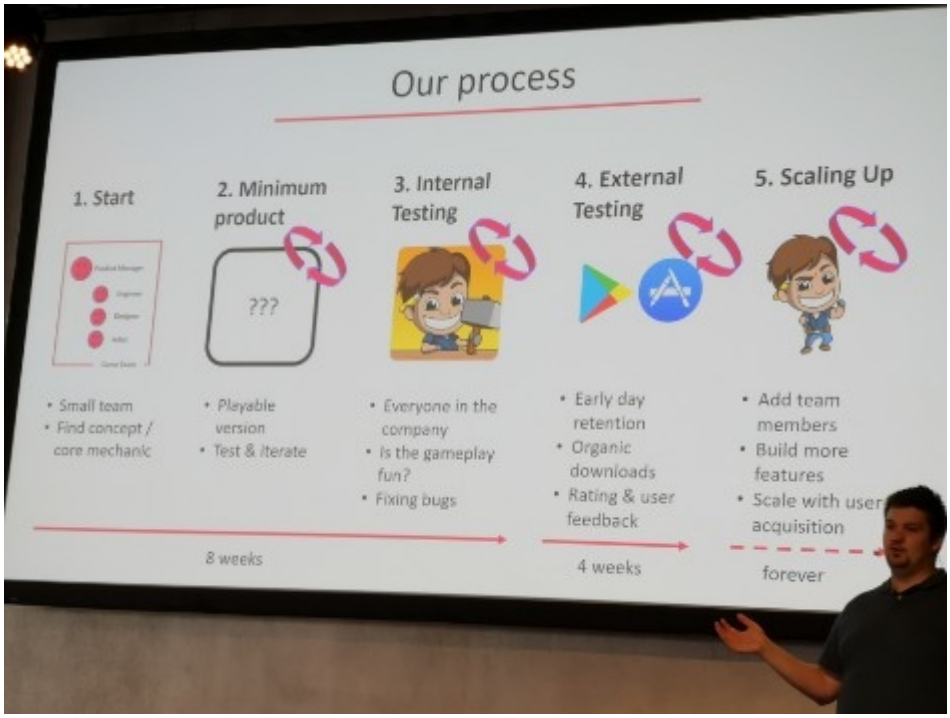
Click milionari: il modello Kolibri Games

Il co-CEO di **Kolibri Games**, **Daniel Stammler**, ha illustrato ieri al **Quo Vadis 2019** di Berlino il processo di sviluppo dello studio tedesco che ha registrato più di **70 milioni di installazioni** con i soli giochi ***Idle Miner Tycoon*** e ***Idle Factory Tycoon***, i quali contano globalmente circa **10 milioni di utenti attivi al mese**. Dell'intervento ha fornito un puntuale resoconto il sito **PocketGamer**, del quale riportiamo i contenuti salienti a giovamento dei lettori italiani.
La prima versione di ***Idle Miner Tycoon*** era molto più basilare dell'attuale e non includeva meccanismi di monetizzazione. Il primo obiettivo era verificare che vi fosse un'utenza target pronta a recepire il gioco.

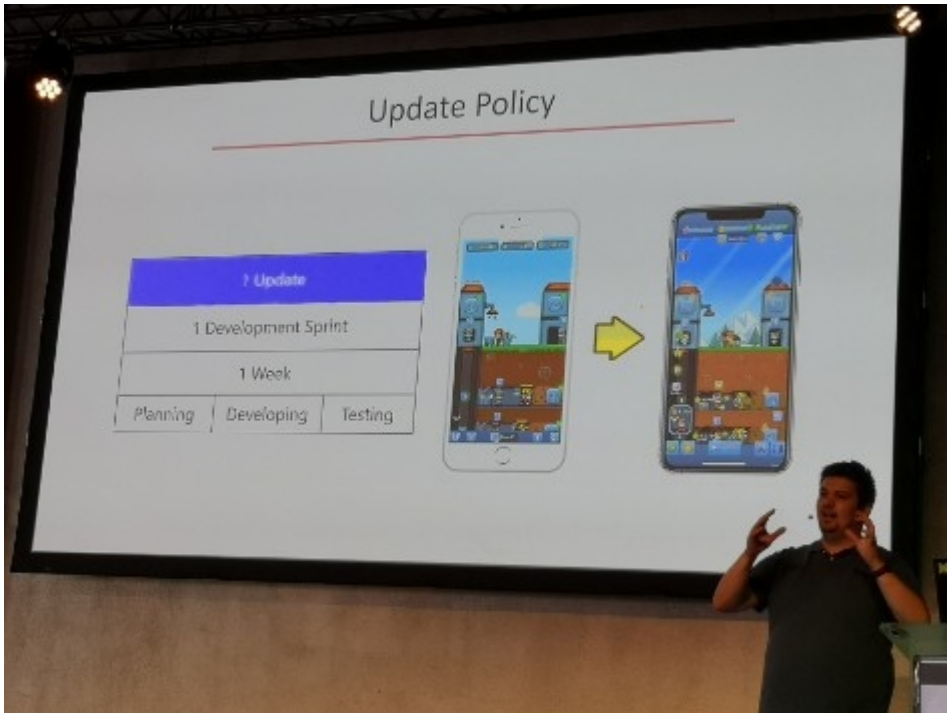


Il gioco era inizialmente "**minimum viable**", quindi non strutturato e completo in tutte le sue parti, ma concepito in modo da poter comprendere se quel tipo di prodotto aveva possibilità di sopravvivere sul mercato. La vera sfida all'inizio non è stata quindi quella di inserire feature, quanto decidere di non metterle, per non rischiare che innesti sbagliati inficiassero il gioco.
Inizialmente questo ha comportato una perdita di utenti per Kolibri, ma l'idea pareva funzionare, e appurarlo ha permesso allo sviluppatore tedesco di concentrarsi sulla retention. Stammler ha sottolineato come questa sia un elemento chiave per misurare il core gameplay: se un gioco non ha una buona **Day-1 retention** difficilmente raggiungerà una **Day-30 retention**. Svariate hit mobile hanno il **40%** di Day-1 retention, mentre i due *Idle Tycoon* di Kolibri riescono addirittura a raggiungere il **75%**.

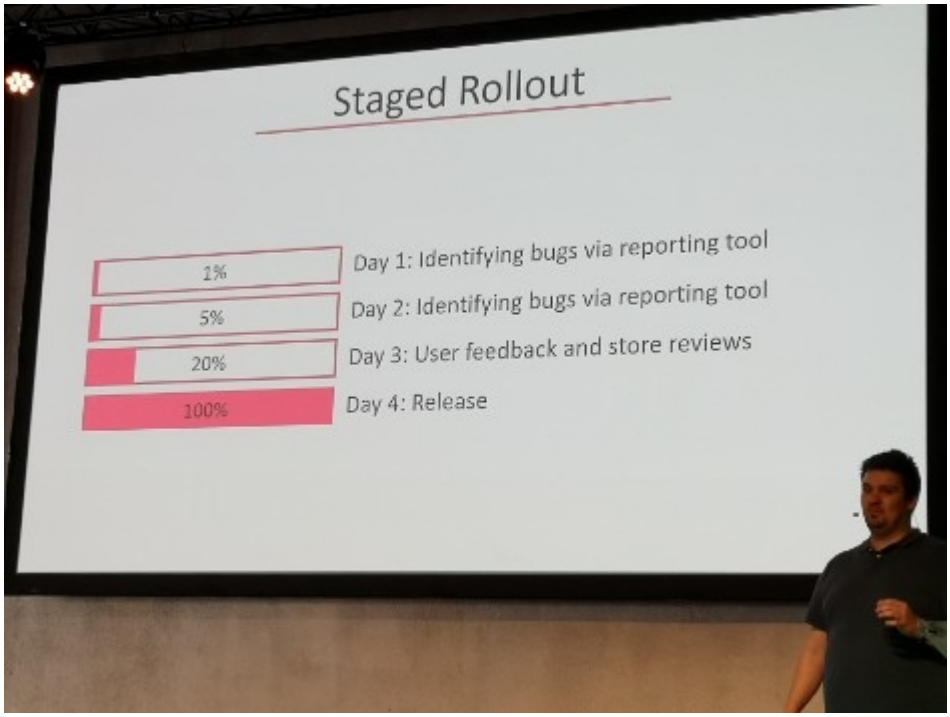
Stammler ha mostrato anche il processo creativo di Kolibri, dal **concept design** del gioco base nelle prime due settimane fino al soft launch (nel quale si effettua un primo test esterno sugli utenti) all'implementazione del titolo, nella quale è importante che si centrino i propri obiettivi misurando i risultati alla luce dei propri KPI.



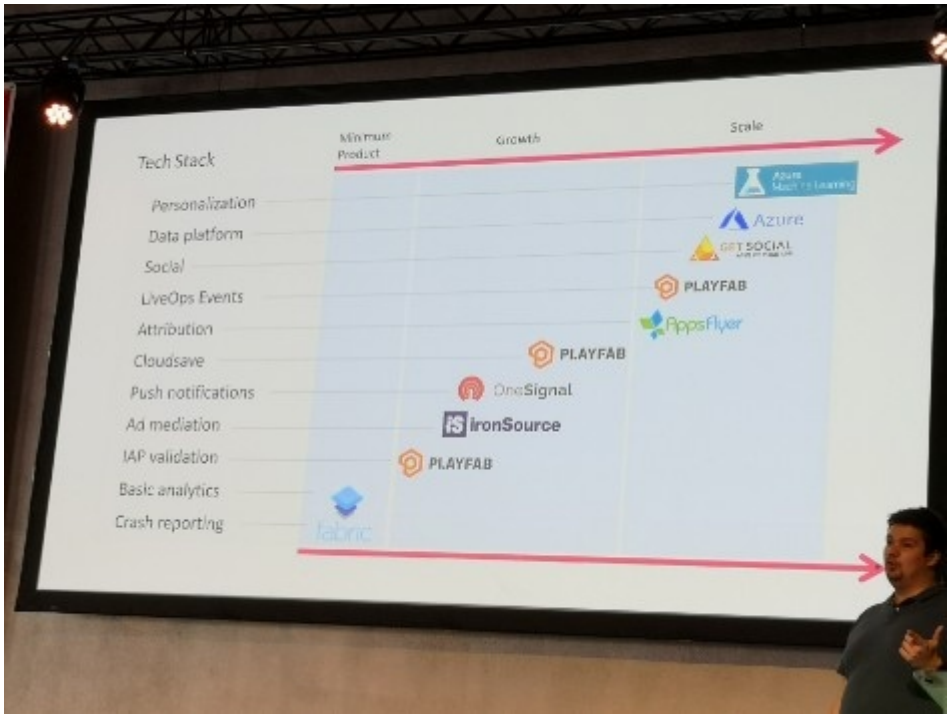
Kolibri aggiorna i propri live game settimanalmente, arricchendoli di feature ed eventi: a oggi, ***Idle Miner Tycoon*** può contare la bellezza di 120 update nel suo storico.



Ogni aggiornamento è rilasciato agli **utenti in maniera incrementale**, e questo assicura che qualunque problema possa sorgere andrà a impattare su un numero limitato di utenti, dando modo a Kolibri di valutare i feedback ricevuti e le recensioni sullo store dopo la release prima del rilascio all'intera utenza del gioco: questo processo occupa ogni volta all'incirca **4 giorni**.



Stammler ha anche mostrato gli strumenti utilizzati per vari scopi:



Il co-CEO di Kolibri ha concluso con un consiglio, sottolineando l'importanza di partire dagli elementi più semplici, nella creazione di un gioco, per poi aggiungere complessità solo nelle successive feature, come fatto in ***Idle Miner Tycoon*** che nell'arco di 2 anni ha integrato shop, eventi, dinamiche social e altri elementi che hanno indubbiamente arricchito il gioco principale.
Il mantra è uno: fare le cose giuste al momento giusto, principio che ha reso Kolibri in pochi anni una realtà da oltre 30 milioni di euro annui.

Se mi ami, non morire

Quello della migrazione è oggi un tema particolarmente caldo nel nostro paese, da anni migliaia di uomini provenienti soprattutto dal **Nordafrica** sbarcano sulle coste del meridione d'Italia sperando in punto di partenza per una nuova vita che spesso andrà oltre il paese d'attracco, verso altre destinazioni europee. La questione è talmente grande che ha generato speculazioni economiche, schieramenti ideologici contrapposti e non pochi problemi dal punto di vista della gestione dell'emergenza. Il problema si è posto soprattutto negli ultimi anni, ma in realtà è una questione antica: le migrazioni sono iniziate con la storia umana e non sono mai terminate. Non vedere il quadro globale del tema è figlio di un atteggiamento **NIMBY**, proprio di chi non sia abituato a buttare l'occhio oltre il proprio cortile. Per questo opere come ***Se mi ami non morire***, esperienza mobile uscita da neanche un anno, risultano importanti nel panorama odierno.

Bury me, my love

Il titolo italiano è figlio di una trasposizione non letterale del ben più forte ***Bury me, my love***, titolo che richiama senza perifrasi due elementi centrali di questa storia: amore e morte, o meglio l'allontanamento dai propri cari per trovare una via di salvezza e il costante pericolo di non farcela e di perire durante un viaggio lungo, clandestino e pericoloso. L'impianto del gioco è completamente text-based: vedremo la storia dalla prospettiva di **Majd**, restando in contatto costante con la moglie **Nour** per il suo intero viaggio dalla **Siria** alla volta della **Germania**. Il viaggio può andare o meno a buon fine, sono disponibili **19 finali diversi** con esiti più o meno felici che restituiscono bene il senso dell'aleatorietà del destino di un essere umano che si incammini in un simile percorso. L'interazione è semplicissima, basata sulla **scelta multipla** fra varie delle opzioni di dialogo disponibili all'interno del titolo. A volte si tratterà di semplici consigli, osservazioni o scherzi con Nour, ma vi saranno delle scelte decisive, dove Majd indicherà alla moglie cosa fare. I dialoghi selezionati saranno in tal caso quelli che determineranno il percorso della nostra consorte, che si troverà a dover scegliere fra più di un itinerario, nel corso del quale incontrerà ostacoli di ogni tipo, trovandosi a sfuggire ai controlli, a dover nascondersi, talvolta a scegliere se aiutare o meno chi è in difficoltà, affrontandone di volta in volta le conseguenze.

Non ci resta che piangere

La **scrittura di *Bury me, my love*** risponde a criteri di stretto realismo: i nostri personaggi sono due siriani di buona cultura, con sogni, aspirazioni e sentimenti comuni. Più la storia si dipana attraverso i loro dialoghi via sms, più ci rendiamo conto di quanto i protagonisti siano simili a noi, nel loro umano vivere i sentimenti e le relazioni, e più rimaniamo atterriti dalla distanza abissale fra la loro normalità quotidiana, fatta di bombe e continue emergenze, e la nostra, fatta di problemi che si rimpiccioliscono di fronte agli scenari di guerra attraversati nel titolo. Perché Nour passa da uno

scenario bellico all'altro, da Damasco a Beirut passando per Aleppo si manifesta un mondo da noi lontano, le cui immagini passano spesso distrattamente davanti ai nostri occhi nei tre minuti di un servizio al telegiornale. A queste storie se ne accompagnano altre che non sentiamo ai notiziari, come il passaggio per il confine serbo-ungherese o quello fra Ventimiglia e Mentone, ogni nazione è un limite da superare per giungere all'agognata meta, quella che per molti di loro rappresenta la fine della guerra sempiterna e il passo verso una nuova esistenza. Nell'ombra queste zone grigie c'è il tempo per i "mi manchi", per ricordarsi a vicenda il proprio amore, per esprimere dolore e preoccupazioni e narrare storie, come quella della coppia di anziani e delle loro 2 figlie:

> **«C'era una volta una coppia di anziani, che avevano due figlie. Entrambe erano sposate: la maggiore a un fattore, la più piccola a un vasaio. Ed entrambe vivevano nei villaggi circostanti. Un bel giorno, l'anziana disse al marito: "È da molto tempo che le nostre figlie non vengono a trovarci. Mi chiedo se stiano bene. Va a trovarle tu, e quando tornerai mi dirai cosa hai visto." Così l'anziano salì in groppa al suo asino, e si diresse verso il villaggio in cui viveva la figlia più grande.**
> **"Figlia mia, come stai?" le chiese**
> **"Caro padre, guardate a est: cosa vedete?"**
> **"Campi arati", rispose lui.**
> **"Guardate a ovest, a nord, a sud: cosa vedete?"**
> **"Campi arati", rispose lui di nuovo**
> **"Questi sono i nostri campi. Sono tutto ciò che abbiamo, ed è dei loro frutti che viviamo. Se non piove il raccolto sarà perduto, e noi saremo rovinati. Se vi preoccupate per me, padre, pregate il cielo che cada la pioggia."**
> **L'anziano uomo si rimise in viaggio, pregando Dio che mandasse la pioggia. Preghiera dopo preghiera, raggiunse il secondo villaggio dove viveva la figlia minore.**
> **"Figlia mia, come stai" le chiese**
> **"Caro padre, guardate a est: cosa vedete?"**
> **"Terreni argillosi.", rispose lui.**
> **"Guardate a ovest, a nord, a sud: cosa vedete?"**
> **"Terreni argillosi."**
> **"Questa è la nostra argilla. È tutto ciò che abbiamo, ed è con l'argilla che viviamo. Se piove, l'argilla andrà perduta, e noi saremo rovinati. Se vi preoccupate per me, padre, pregate il cielo che non cada la pioggia."**
> **L'anziano uomo si rimise in viaggio, pregando Dio che non mandasse la pioggia. Una volta tornato a casa, si diresse verso la moglie.**
> **"Allora, come stanno le nostre figlie?" chiese lei.**
> **Ed egli gli rispose triste: "Se piovesse, non ci rimarrebbe altro che piangere. Se non piovesse, comunque non ci rimarrebbe altro che piangere."»**

Nour dà allora a Majd l'unica risposta possibile: «Majd, ho una brutta notizia: non ci resta che piangere»

Amara terra mia

Il sentimento della coppia di anziani è quello che, in misura diversa deve provare qualunque genitore che veda il proprio figlio costretto ad andar via dalla propria terra per trovare migliori condizioni di vita nell'impossibilità di ottenerle nel luogo natio. La situazione riguarda coloro che vanno via dal Meridione, chi va via dall'Italia, chi passi da un continente all'altro. Non è meno doloroso andar via per trovare lavoro o per realizzarsi professionalmente, pur essendo minore l'urgenza rispetto a chi scappi da una guerra, come Nour. Eppure lei e suo marito non rinunciano alla propria umanità, messi di fronte all'emergenza si trovano a dover prendere decisioni umane e a scambiarsi affetti e a compiere azioni quotidiane, le stesse che farebbe chiunque con uno smartphone. *Bury me, my love* si compone di una **grafica semplice**, l'interfaccia di base è quella di un'app di messaggistica. Quel che si aggiunge su schermo sono le foto inviate, dai selfie alle immagini dei luoghi attraversati, che restituiscono attraverso semplici disegni lo stato delle città e delle persone, dando al titolo una

maggior vitalità ed eleganza, e soprattutto spezzano un ritmo che rischia di farsi monotono riducendosi al solo scambio testuale. L'opera non è infatti arricchita da alcun effetto sonoro diverso da quello di una semplice app di sms, né è presente una **soundtrack**: se da un lato questa scelta conferisce realismo, dall'altra rischia di appiattire l'esperienza, che non sempre mantiene la sua carica emotiva. Proprio a favore del realismo è la possibilità di scegliere fra due modalità di fruizione, quella immediata o quella "real-time", dove nella prima si ha modo di fruire dello scambio in maniera consecutiva, mentre nella seconda si segue il tempo reale di Nour: in quest'ultimo caso la simulazione durerà qualche giorno, con notifiche che arriveranno sullo smartphone con il distacco temporale effettivo con il quale Majd sente la propria consorte (la quale a volte avrà il cellulare scarico, altre volte non potrà scrivere per le ragioni più disparate). Quest'ultima modalità è consigliata certamente a chi voglia vivere un'esperienza più vicina alla realtà, magari ritrovandosi ogni tanto a guardare lo schermo e ad attendere un sms chiedendosi frattanto: «Cosa starà facendo Nour? Starà ancora bene?»

Incontro d'amore in un paese di guerra

Sviluppato da **The Pixel Hunt**, in collaborazione con **Figs** e **ARTE France**, *Bury me, My love* è stato distribuito da **Playdius Entertainment** nell'ottobre 2017 su **iOS** e **Android**.
L'idea di un'app per far vivere l'esperienza di chi fugga dalla guerra e avvicinare a queste tematiche è ottima, la narrazione è ben gestita, la scrittura si fa raramente pesante e i contenuti sono davvero buoni. La stessa idea di fornire una mappa consultabile sulla quale vedere le tappe passate in rassegna da Nour nel corso del proprio viaggio, con relative informazioni sui luoghi riguardo guerra e politiche migratorie, è ottima e offre un buon valore aggiunto al racconto.
Il limite ravvisabile in quest'esperienza riguarda il livello di engagement ottenibile con una simile operazione: l'app è proposta all'abbordabile prezzo di circa **3 €**, ma quel che manca è qualcosa che vada oltre la semplice narrazione, qualcosa che porti il titolo oltre il mero confine simulativo-esperienziale e metta in gioco degli elementi di gaming. La "gamification" di questo tipo di esperienza (anche tramite elementi semplici come puzzle, enigmi, indovinelli di base o forme di mini-game elementari tirando in ballo un'altra interfaccia, magari rendendo parzialmente esplorabile lo smartphone di Majd) avrebbe aiutato non poco ad arricchire un titolo che rischia di strozzarsi in termini di ritmo, non bastando i pur belli innesti grafici che restituiscono la porzione di mondo attraversata da Nour. Un elemento non poco penalizzante, che rende difficile collocare il titolo nell'ambito strettamente videoludico, essendo la componente gaming ridotta ai minimi termini.
Ciò nonostante, *Bury me, my love* rimane un'esperienza da affrontare e da diffondere, se non altro per il suo valore divulgativo e sensibilizzante, e per il suo essere un unicum, in un panorama in cui l'esigenza di sensibilizzazione nei confronti dei rifugiati e migranti va di pari passo con il bisogno di informazione riguardo le condizioni in cui certi esseri umani vivono in determinati paesi del mondo odierno. Per ricordarci ancora una volta il nostro bisogno di restare umani.

Sony dice sì al cross-platform su Fortnite

Negli ultimi mesi, Sony, è stata al centro di numerose polemiche sulla decisione di non fornire un servizio di **cross-platform** per giochi come *Minecraft*, *Rocket Legue* e il più famoso *Fortnite*, per i giocatori PS4. Oggi, la stessa **Sony**, **ha deciso di permettere a tutti i possessori di PlayStation 4 di giocare insieme agli utenti PC, Mac, Switch, Xbox One, iOS e Android a *Fortnite***, proprio a partire da oggi, grazie a una open beta che permetterà a Sony di valutare il da farsi per eventuali altri titoli che si avvarranno del cross-platform.
Sicuramente una notizia che aspettavano in molti e che permetterà la creazione di una community ancora più vasta.

> Fortnite cross-platform play starts today in open beta. Full details: https://t.co/fyPmx4iB4O pic.twitter.com/wdY3GnT4u1
>
> — PlayStation (@PlayStation) September 26, 2018

Nuovo record di utenti per Fortnite

L'ormai famosissimo gioco di **Epic Games** continua a diventare ancora più famoso e a macinare record su record. l'ultimo nella lista è di Agosto, dove **78,3 milioni di giocatori** hanno avviato almeno una battle royale, tra mobile, console e PC. Ovviamente tanti giocatori garantiscono molti acquisti in-app ed è così che solo a Luglio Epic Games ha guadagnato **un miliardo di dollari**, ottenendo dall'uscita del gioco anche un aumento di valore dell'azienda, che da 825 milioni nel 2012 è salita a 8 miliardi di dollari.

---

10 punti a favore della battle royale

La Battle Royale è, nel 2018, il genere dominante; con i suoi milioni di player è sicuramente la tipologia di videogame più giocata al momento grazie a titoli quali ***Fortnite*** e ***Playerunknown's Battlegrounds***, e ai numerosi epigoni che ne sono nati. Molti ne hanno fatto già oggetto di polemica, molti li vedono come il male, come materia di consumo, ma in realtà hanno apportato vari benefici e hanno molto da insegnare. Vi diamo dieci motivi per cui il genere fa bene a tutti, developer e non.

1. Puoi essere punito

Nessuno avrebbe pensato che un gioco dove 99 volte su 100 si perdono i progressi acquisiti sul campo avrebbe avuto successo: qui, dopo aver sudato sul farming, si può perdere tutto anche con un minimo sbaglio. I **Battle Royale** ci insegnano le conseguenze degli errori punitivi.
Negli ultimi anni, gli sviluppatori hanno tentato di allontanare i giocatori da qualsiasi fattore negativo: in ***Overwatch*** il ***kda*** (rapporto uccisioni/morti/assist) è sostituito da medaglie ricevute attraverso le azioni fatte dal giocatore.
Invece, titoli quali *PUBG*, ti sbattono in faccia il fallimento. Ma è proprio questo che riporta i giocatori a fare delle partite, la voglia d'imparare e di dominare sugli altri. Il fallimento, spinge i giocatori a migliorare le proprie abilità così da poter abbattere qualsiasi avversario. E non poi tanto diverso, sia sul mercato videoludico che nella vita, no?

2. Free to Play > gioco a pagamento

Uno dei fatti più importanti riguardanti il genere è la lotta per la ribalta tra due giochi che dominano la scena del genere: *PlayerUnknown's Battlegrounds,* titolo di fascia di prezzo media che è stato surclassato sei mesi dopo dalla versione **F2P** (free to play) di *Fortnite*. Nonostante sia stato rilasciato dopo il titolo di Bluehole, il gioco di Epic domina oggi in termini di utenti.
Affiancato a molti fattori che hanno portato al successo di *Fortnite*, il più grande contributo al successo del gioco è stata la mancanza di un costo. Avendo visto questa dinamica in giochi famosissimi come ***League of Legends*** **e** ***Hearthstone***, è ormai palese che il modello F2P rende di più, se ben utilizzato. Buon per gli utenti che possono giocare gratis, e bene per gli sviluppatori che imparano a farne tesoro.

3. La qualità è tutto

Vero, quel che è gratis si può fruire facilmente. Ma questo non vuol dire che non importi la qualità Un altro fattore dominante di *Fortnite* è come si è gestito dopo il lancio. Il titolo di **Epic** è stato costruito su basi più stabili, essendo appoggiato a un gioco già esistente. La software house è stata in grado di aggiornare il loro gioco con maggiore attenzione e frequenza a quel che volevano i giocatori: una maggiore varietà di gameplay e skin da poter acquistare. Nel frattempo, *PUBG* , d'altro canto, ha faticato per colpa del "peso" del titolo, i numerosi bug ecc ecc, lasciando la propria fanbase infastidita e col tempo meno propensa a giocare al loro gioco.
Visto che i giochi diventano sempre più qualcosa di routinario, l'ampliamento e la variazione dei contenuti permette un aumento di giocatori e il loro mantenimento all'interno del gioco, e gli sviluppatori lo sanno: un gioco che vuole lunga vita, deve avere un alto livello qualitativo.

4. SKIN SKIN SKIN

Tutti i F2P incassano i soldi tramite piccole transazioni estetiche, cappelli, magliette, animaletti ecc. Nel caso di *Fortnite*, il titolo ha portato a una vera è propria "skin mania": dobbiamo ricordare che il titolo di **Epic Games** ha raggiunto il primo posto sull'**App Store** proprio in tema di transazioni.
L'ampia vendita di skin e oggetti vari è dovuta al fatto che i giocatori (specie i più costanti) vogliono differenziarsi gli uni dagli altri in combattimento. All'interno di *Fortnite*, le skin migliori si ottengono tramite il pass battaglia (che costa 10 euro). Ovviamente, anche qui la qualità è fondamentale: più le skin saranno belle, più bello sarà il gioco. Un vantaggio per i giocatori, che avranno elementi estetici più belli, e per i developer, che incasseranno di più.

5. Modder al lavoro!

All'inizio del decennio, sembrava che la scena indie sarebbe stata la fonte di una nuova aria di rinnovamento per l'ambiente videoludico grazie alle nuove esperienze e a nuove tipologie di giochi.
In pochissimo tempo la scena dei modder è diventata il fulcro di creazione di generi (ricordiamo la nascita dei **MOBA**). All'interno del settore vengono sperimentate molte idee, quindi se una mod attira pubblico arriveranno altri titoli dello stesso genere o spin-off, con l'idea che si modifica e migliora. La prima mod della Battle Royale è comparsa nel 2012 su *Minecraft* (Hunger Games), impiegando cinque anni per diventare ciò che conosciamo oggi attraverso una manciata di modder che hanno avuto un ruolo chiave. Qui è dove i giocatori si fanno sviluppatori. Che meraviglioso inno alla creatività.

6. L'evoluzione del genere è rapida

Una volta che un gioco è stato rilasciato e il predecessore è surclassato, c'è l'inevitabile reazione dello sviluppatore "indignato", che farà di tutto per denigrare il nuovo titolo. Tuttavia, è facile perdere la cognizione di ciò che sta realmente accadendo: la rapida evoluzione di un genere.
Mentre la battle royale ha visto sei anni di perfezionamento dalla parte mod, solo negli ultimi mesi abbiamo visto la reale trasfigurazione del genere.
È in momenti come questi che dobbiamo ricordare che, quando i developer della metà degli anni novanta iniziarono a elaborare le meccaniche per quello che oggi conosciamo come sparatutto in prima persona, i loro lavori furono soprannominati inizialmente come "cloni di *Doom*". E un genere nasceva, fino a diventare uno dei più importanti del mondo videoludico come lo conosciamo.

7. Crossplatform ovunque

L'utilizzo di più piattaforme di gioco è sicuramente un enorme vantaggio. Il successo di *PUBG* e di *Fortnite* ha portato questi titoli dal PC alle console sino al mobile con un successo impressionante.
I controlli virtuali dei telefono touchscreen sono sempre stati molto imprecisi e troppo "meccanici" ma, grazie al fatto di aver mutuato l'utilizzo dei controlli da titoli cinesi come ***Arena of Valor***, sia *Fortnite* che *PUBG* sono riusciti ad avere versioni mobile abbastanza giocabili.
Inoltre, il crossplay di *Fortnite* consente ai giocatori di qualsiasi piattaforma di giocare con chiunque vogliano. **Epic** sta quindi guidando, simbolicamente, un'armata per poter distruggere il muro protettivo che divide le piattaforme di gioco, a vantaggio di tutti.

8. La Battle Royale fornisce aneddoti infiniti

Una delle caratteristiche uniche della battle royale è la possibilità di poter creare aneddoti infiniti: «sai, una volta in una partita di ***PUBG*** ho fatto un salto mortale con la moto uccidendo 2 persone».
Questo succede grazie all'inserimento di 100 giocatori all'interno di una partita, creando dunque milioni di possibili futuri. Si hanno delle interazioni intenzionali ma impreviste vista l'impossibilità di sapere come risponderà l'altro giocatore.
Paragonati ai Battle Royale, i MMORPG, sono completamente devoti a quello che i progettisti hanno creato per loro: l'esperienza di due giocatori che si scontrano in un raid è spesso simile. Invece, giochi come *Fortnite* si liberano dai percorsi "base" dando spazio ai giocatori, al fato e alla creatività di quest'ultimi.

9. Potere agli Esport

Con il genere Battle Royale è molto difficile creare qualche torneo su ampia scala ma, ricollegandoci a quanto detto nel punto 8, la grande variabilità di gameplay spinge i due re del genere alle prime posizioni di **Twitch**, battendo anche il colosso *League of Legends*.
Con un pubblico giornaliero medio di 15 milioni di utenti, **Twitch** è diventato una risorsa importante per i giocatori. Ed è proprio questa "pubblicità" gratuita che ha permesso a titoli come *Fortnite* di crescere così rapidamente. Infatti, **Epic** stessa ha scritto una grande lettera agli streamer e ha offerto loro una competizione con un montepremi da 100 milioni di dollari. La crescita degli Esport è importante per il mondo dei videogame, che può usufruire oggi anche del riconoscimento del Comitato Olimpico. Non poco per la dignità del settore.

10. Il gioco è ora la cultura pop

Da Drake su Twitch ai calciatori inglesi, il successo di *Fortnite* ci ha dimostrato che ormai i videogiochi sono un riflesso della cultura pop. Durante la "Pac-Mania" degli anni '80 e la breve iconicità di Lara Croft negli anni '90, sembrava che i giochi fossero qualcosa di passeggero. Oggi pare che i media più diffusi vogliano affrontare temi videoludici allo stesso modo della musica, del cinema, della TV o della stampa. Con ogni anno che passa, i videogiochi diventano sempre più mainstream all'interno della cultura generale.
Oggigiorno i videogiochi non sono la più fruiti soltanto da una piccola parte del mondo: ormai sono usati per intrattenere e sono posti allo stesso livello dei film o della musica. I videogiochi sono adesso **cultura pop**!

L’esport mobile è in crescita

Gli **esport** continuano a crescere, anche se non a ritmo forsennato, e secondo **Newzoo**, società di ricerca, e **Arm**, società di software, la maggior vendita di hardware di fascia alta porta a un aumento dei giocatori anche in campo mobile.
Secondo una ricerca condotta dalle due società, c’è un maggior interesse per i videogiochi mobile in Oriente e anche un media di hardware in circolazione più alta.
L’esport in generale negli ultimi anni è cresciuto a dismisura a livello globale: il settore mobile rimane tuttora una piccola fetta dell’insieme, ma ha subito anch’esso un considerevole boom. Nel solo 2017, l’industria del settore ha raccolto un totale di **655 milioni di dollari** derivanti da pubblicità, sponsorizzazioni, biglietti e merchandise. Secondo la società di ricerca, quest’anno il settore potrebbe fruttare all’incirca **906 milioni** (38% in più rispetto allo scorso anno) e, vista la crescita del mercato, **nel 2021 potrebbe raggiungere i 1.7 miliardi di dollari**.
Il successo del settore è quasi del tutto concentrato in paesi orientali come la Cina, patria della Tencent, nel cui alveo sono nati titoli del calibro di ***Clash Royale*** e ***Arena of Valor***.
Il settore degli esports mobile è guidato da eventi come la **King Pro League**, evento di maggior portata di **Tencent Games**, di *Honor of Kings* che ha raggiunto i 18.000 partecipanti alle finali dello *Spilt* a **Shangai**, in cui i giocatori si sono scontrati per il montepremi di 1 milione di dollari.

La ricerca afferma che gli esport mobile in **Occidente** stanno crescendo a un ritmo molto più lento di quelli su PC, anche se giochi come *Clash Royale*, *Vainglory* e *Summoners War* e *Arena of Valor* stanno aiutando lo sviluppo del settore.
Il **Supercell’s Crown Championship** (famoso torneo di *Clash Royale*) è il più grande evento di esport mobile occidentale, e ha visto **122.000 ore** di visualizzazioni totali su **Twitch** durante le finali del 2017 a dicembre, ma le sue visualizzazioni sono tuttavia poca cosa in confronto a quelle degli esport per Pc.

Infine, **Newzoo** e **Arm** vedono la crescita della vendita dei dispositivi di fascia alta a livello mondiale come un fattore di crescita futura per gli esport mobile e i giochi mobile in generale. A Giugno, secondo la ricerca, il **31,1% di tutti gli smartphone attivi a livello globale erano di alta fascia, il 76% in più rispetto all'anno precedente**. **Il 44% di tutti gli smartphone avevano schermi da 5,5″** o maggiori, caratteristica che migliora in particolare l'esperienza di gioco competitivo. L'esport è quindi in costante crescita, il che porterà a un'espansione del settore sempre più ampia grazie anche a titoli di alto livello rilasciati dalle varie software house.

Umiro

Il mondo del gaming mobile offre ormai da anni prove di grande creatività, sommerse troppo spesso nel *mare magnum* dei giochi di largo consumo e delle app di massa. Nessuno snobismo nei confronti di quest'ultimi, beninteso, solo l'esigenza di ricordare l'attenzione a un mondo (e a un mezzo, quello mobile appunto) che ha ormai tanto da dire in termini espressivi e di metterne di volta in volta in luce le piccole perle nascoste.
Proprio per questa ragione è necessario parlare di ***Umiro***, elegante puzzle game distribuito da **Devolver Digital** su **iOS** e **Android** che ha goduto anche di un porting per **PC**. Il titolo nasce da un team di studenti di Singapore che durante un tirocinio hanno elaborato l'idea poi sviluppata sotto l'insegna **Diceroll Studios**.
Il gioco ci vede vestire i panni di **Tinto** e **Satura**, due ragazzini che hanno perso una memoria che il giocatore dovrà ricostruire di livello in livello mediante l'acquisizione dei vari cristalli azzurri e rosa. I puzzle dell'intero titolo potranno essere completati controllando e coordinando i movimenti dei due personaggi, che governeremo per l'intero gioco, eccezion fatta per i primi sei livelli in cui avremo il controllo del solo Tinto, in una serie di puzzle iniziali che servono al giocatore per comprendere le meccaniche di gioco e prendere le misure con gli ambienti.
Di base è tutto molto semplice: in relazione alla posizione dei nostri due protagonisti fermi ognuno in un punto dei piccoli livelli zeppi di ostacoli di vario genere, dovremo tracciare il percorso atto a condurre entrambi incolumi fino al proprio cristallo, per completare lo stage e permettere loro di recuperare un singolo ricordo. Tracciate le traiettorie, bisognerà scegliere il momento giusto per far partire Satura e Tinto per il tragitto tracciato ed evitare gli oggetti in movimento: basterà che uno dei personaggi venga colpito per dover ricominciare.

Storie d'altri puzzle

Il giocatore sarà chiamato a superare **4 capitoli di 10 livelli l'uno**, con la possibilità di affrontare **5 livelli bonus** guidando la sola Satura una volta terminata la storia principale, a patto di prendere tutti i cristalli extra che si trovano in ogni stage. Nei primi 40 livelli verrà ricostruita la storia personale dei due protagonisti, mentre gli ultimi 5 metteranno in scena un evento chiave nella narrazione che la ragazza dovrà rivivere e affrontare.
Dal punto di vista dello **storytelling** il gioco è dunque abbastanza curato, la scrittura è minimale ma

non per questo gli autori hanno mostrato di sottovalutarla, anzi, vi è un armonia inaspettata per un titolo del genere, la narrazione vive un grande equilibrio nel suo ricostruirsi fra i brevi e lapidari dialoghi e le **cutscene** che legano un capitolo all'altro.
L'idea di base di *Umiro* è intelligente e al contempo ben messa in campo, la storia ha una sua vita, è solida, e cresce di pari passo al pianificare traiettorie efficaci in un percorso ogni volta diverso e con grado di difficoltà crescente. Coordinare due traiettorie differenti che dovranno andare a segno in parallelo non sarà facile, tutto è affidato alla capacità di pianificazione del giocatore, che non di rado si rifugerà in una meccanica **trial&error** che condurrà gradualmente alla soluzione, e questo può anche costituire un vizio (necessario): le traiettorie possibili sono potenzialmente infinite, comprese tantissime soluzioni non eleganti per aggirare l'ostacolo in movimento, che una volta presi i tempi risulteranno efficaci: con un po' di pazienza ogni capitolo diventerà facilmente abbordabile. I tentativi, del resto, sono infiniti.

Codici di geometria esistenziale

Una sfida ardua solo all'apparenza, dunque: sarà molto difficile arrivare all'obiettivo pianificando le traiettorie con un semplice colpo d'occhio, ma il principio che vale qui è "chi la dura la vince". **L'ampia possibilità di profittare dei punti deboli di ogni mappa è un punto a sfavore del gioco**, il vero tallone d'Achille che sottrae un po' di senso della sfida e spegne leggermente il mordente.
È uno degli elementi che contribuisce a non incollare l'utente al gioco, e a ciò non pone rimedio neanche un art-style molto bello e curato: guardando il mondo di gioco, le proporzioni, le forme, le geometrie viene in mente inevitabilmente quel titolo straordinario che è ***Monument Valley***. Non si può affatto dire che *Umiro* sia più facile dell'opera di **Ustwo Games**, anzi, probabilmente qui bisognerà impiegare maggior tempo sui livelli; ma il viaggio della principessa Ida gode di un equilibrio architettonico, di uno studio strutturale e di un ritmo da cui il gioco di Diceroll è ben lontano, ed è infatti inappropriato paragonare i due titoli, preferendo ricordare che si tratta di un'opera prima e che il risultato è davvero molto buono. Siamo davanti a un lavoro di level design pregevole e ben studiato, tecnicamente *Umiro* è un mondo che riprende elementi da modelli pregressi e ha il pregio di assemblarli bene, poco aggiunge di nuovo in termini di game design ma il risultato è quello di offrire svariate ore di sfida, richiedendo comunque una certa attenzione. In un aspetto non da poco sono stati bravi i designer del gioco: **non far esondare il flow verso le rive della frustrazione**. Il giocatore va per tentativi, magari a volte l'appagamento non raggiunge il massimo nemmeno a obiettivo conseguito, ma in pochissimi livelli si rischia di restare arenati.
Le cut-scene sono poi piccoli gioiellini, rapide vignette d'ispirazione manga che proiettano in un mondo fantastico e trasognato, oltre le dimensioni del tempo e dello spazio, restituendo l'atmosfera che gli sviluppatori volevano probabilmente rendere nel percorso di scoperta dei due piccoli protagonisti, sospesi in un limbo di geometria e irrealtà, risultando al contempo così reali nel loro legame sottile e in costante ispessimento.
A completare il quadro una **soundtrack** contemplativa dalle sonorità **electro-ambient**, ottima a calare il giocatore in uno stato di quiete meditativa, ideale per favorire il ragionamento e il calcolo, e che contribuisce a rendere *Umiro* un momento di piacevole straniamento dalla realtà quotidiana.

Un buon inizio

Con una scrittura attenta e non debordante che ben si intreccia a un gameplay semplice e intuitivo, Diceroll regala un ottimo titolo per gli amanti dei puzzle. Lanciato a un prezzo estremamente competitivo (**circa 3 €** su tutte le piattaforme su cui è stato rilasciato), il gioco si presta benissimo all'utilizzo su mobile, dove è possibile tracciare le traiettorie in punta di dito, in modalità touch, ma trova anche una buona traslazione su PC, dove le stesse linee possono essere disegnate tramite le frecce direzionali della tastiera, ledendo forse un po' al dinamismo e all'immediatezza del gioco nella versione portatile, ma guadagnando un po' in precisione (le linee sono molto sottili, rendendo facili gli errori a chi abbia dita voluminose e/o smartphone non ampi).
Divertente, con sessioni facilmente gestibili nel susseguirsi di livelli singoli e autosufficienti, *Umiro* è un gioco equilibrato in tutte le sue parti, che contribuirà a rilassare ogni giocatore non svuotandone le tasche e mantenendo vive le sue capacità logiche trasportandolo in un universo trascendente (lo stesso, dimenticavo, che dà il titolo al gioco) in cui perdersi per qualche piacevole ora.