

ZAO, LA APP DE INTERCAMBIO DE CARAS QUE TRIUNFA EN CHINA ENVUELTA EN POLÉMICA

Esta nueva aplicación de deepfake que lleva solo tres días en la App Store se ha convertido en todo un éxito en el país asiático.

2 de septiembre de 2019

Este fin de semana China ha vivido su propio 'FaceApp'. La aplicación Zao, que **permite a los usuarios intercambiar sus caras mediante inteligencia artificial (deepfake) con los rostros de cantantes de videoclips o actores de películas** (puedes ser Marilyn Monroe o Leonardo DiCaprio en 3 segundos), se ha convertido en un éxito de descargas, pero también en un problema de privacidad.

La nueva aplicación ha acumulado millones de descargas desde que el viernes apareció en la tienda de aplicaciones de Apple. Con un nivel de detalle impresionante, esta plataforma permite a cualquiera convertirse en deportista, actor o cantante en cuestión de segundos, pero a cambio de ceder tu 'rostro'.

En medio del éxito, comenzaron las voces críticas que descubrieron que "los consumidores que cargan sus imágenes a Zao aceptan renunciar a los derechos de propiedad intelectual de su cara y permiten que Zao use sus imágenes con fines de marketing", según Reuters.

El uso de Zao es sencillo. Los usuarios solo tienen que descargar la app (gratuita) y subir algunas fotografías de su rostro, que luego podrán usarse en vídeos de famosos que el propio usuario puede seleccionar. Cuando se cargan las imágenes personales a la plataforma es donde Zao estaría violando la privacidad de los usuarios.

"Entendemos completamente la ansiedad que las personas han demostrado ante las preocupaciones de privacidad", dijo la compañía. "Hemos recibido las preguntas que nos han enviado. **Vamos a corregir los puntos que no habíamos considerado y que requieren algo de tiempo**", ha asegurado Zao en una entrevista en Weibo.

La polémica ha provocado que **WeChat (el WhatsApp asiático) se haya posicionado en contra de Zao**. La app de mensajería ha comenzado a bloquear todos los links enviados con el contenido generado en esta aplicación tras considerarla una amenaza para la privacidad de los usuarios.

Según App Annie, una consultora que examina las descargas de aplicaciones en todo el mundo, ZAO es la aplicación gratuita más descargada en la tienda de aplicaciones iOS de China desde del 1 de septiembre.

Lo ocurrido con Zao **recuerda al escándalo vivido en Europa a finales de julio con FaceApp**. La aplicación que permite a los usuarios envejecer o rejuvenecer en una foto con un aspecto muy real, se convirtió en foco de la polémica por las cláusulas de privacidad de la plataforma, de origen ruso. Semanas más tarde, FaceApp sigue en las

tiendas de aplicaciones, pero su éxito se ha desinflado y muchos usuarios decidieron desinstalarse la app.

Fuente: www.elmundo.es

PDC - PRIVACY DATA CONSULTING S.L.
www.privacy-data.es