

L'idée d'un panel d'experts indépendants avait été avancée en 2018 par Mark Zuckerberg, qui l'avait qualifié de "Cour suprême" capable de rejeter des décisions de l'entreprise.

Des présidents d'organisations de la société civile, experts et chercheurs ont annoncé vendredi le lancement d'un « conseil de surveillance » à Facebook, pour répondre, selon eux, à la « menace urgente pour la démocratie » posée par le réseau social à l'approche des élections américaines du 3 novembre.

Le «Real Facebook Oversight Board» («Véritable Conseil de surveillance de Facebook») fait référence à l'instance que le géant californien va mettre en place en octobre pour statuer sur les contenus à retirer ou à conserver sur la plateforme.

L'idée d'un panel d'experts indépendants avait été avancée en 2018 par le patron-fondateur de Facebook, Mark Zuckerberg, qui l'avait qualifié de « Cour suprême » capable de rejeter des décisions prises par l'entreprise.

Mais la formation de ce conseil ne convainc pas de nombreuses ONG de défense des droits et libertés qui accusent la plateforme de ne pas lutter suffisamment contre la désinformation, les messages de haine et les campagnes de manipulation, qui ont des répercussions dans la vie réelle et dans les processus démocratiques.

«Facebook a échoué de façon répétée à mettre en place les changements nécessaires après de nombreuses morts prévisibles, conséquences directes de contenus qui circulent sur ses applications, et des ingérences dans des élections par des puissances domestiques ou étrangères», a commenté dans le communiqué Derrick Johnson, le président de la NAACP, la principale organisation de défense des droits civiques des Afro-Américains.

Parmi les autres membres de ce «Conseil», on trouve Yael Eisenstat, ancien responsable de Facebook en charge des publicités politiques, Roger McNamee, un investisseur historique du réseau, Rashad Robinson, président de Color of Change, Jonathan Greenblatt, patron de la Anti-Defamation League (qui combat l'antisémitisme), ou encore Toomas Henrik Ilves, ex-président de l'Estonie.

Plusieurs de ces associations ont lancé au début de l'été un boycott publicitaire de Facebook, qui a été suivi par des centaines d'entreprises, pour demander à la firme californienne de mieux lutter contre les groupes qui incitent à la haine ou tentent de décourager les minorités de voter.

Mercredi, les grands réseaux sociaux (Facebook, Twitter et YouTube) ont conclu un accord avec la Fédération mondiale des annonceurs (WFA) pour combattre les discours haineux en ligne.

Pour Jonathan Greenblatt, le président de la Ligue anti-diffamation, il s'agit de « premiers pas », mais ces engagements devront être suivis d'effets «pour s'assurer qu'ils ne sont pas le genre de promesses creuses que nous avons vu trop souvent de la part de Facebook.»