

Le coût économique d'un « like »

Guillaume Pitron est ce journaliste qui a parlé en 2018 de la pénurie des terres rares. Il se lance désormais sur un nouveau sujet avec « L'enfer numérique, Voyage au bout d'un like ». Il dévoile le coût environnemental d'un secteur dématérialisé. Entre les stratégies des géants qui nous maintiennent dans l'illusion d'un Internet propre et la difficulté de ressentir une pollution qui n'a ni goût, ni odeur, Guillaume Pitron dévoile les dessous d'Internet.



Guillaume Pitron

Quand on va se baigner, on ne se dit pas : "la mer est acide". De même, l'aggravation de la pollution numérique échappe à nos sens. On peut la décrire avec des mots, des chiffres mais il est difficile d'en prendre la mesure. C'est le grand défi de la pollution numérique. En retraçant le parcours d'un simple « like » à travers le monde, nos cinq sens sont convoqués. Internet a la couleur des câbles sous-marins qui glissent au fond des océans, le son avec tous ses serveurs qui sifflent étrangement comme une ruche, le goût, celui de l'eau des mers, la texture, celle de la roche rugueuse de laquelle on extrait le graphite qui permet de faire des téléphones portables.

Un like va littéralement d'un téléphone à l'autre, surtout si on est à deux mètres l'un de l'autre. Ce like va parcourir toute l'infrastructure d'Internet qui est composée d'antennes relais, de box wifi, de réseaux de câbles sous-marins, de satellites, de data centers et donc de réseaux énergétiques, qui ont besoin de centrales nucléaires, de centrales à charbon, à gaz, à pétrole, pour être « refroidis ». Tout cela est indispensable pour une action aussi simple, aussi basique que celle d'envoyer un like. Le savons-nous seulement ? Les GAFAM entretiennent notre ignorance. En Suède, Facebook a installé des data centers en toute discrétion en se cachant sous le nom d'une autre société. Amazon agit également sous paravent. Apple cherche à invisibiliser ses data centers. Cette industrie est partout mais ne se voit nulle part. Ce qui n'est pas entendu, pas vu, ne peut être critiqué.

La génération climat est également victime de cette pollution que nous ne comprenons pas. Nous sommes embrumés par le mirage du cloud présenté par les publicitaires comme immatériel. Nous sommes mal informés parce que nous ne voyons pas l'infrastructure physique. La génération climat est frappée par cette non-éducation, cette méconnaissance abyssale. Elle peut se revendiquer non responsable compte tenu de cette stratégie d'invisibilisation. Mais d'un autre côté elle a un minimum de conscience de l'impact d'un téléphone portable. C'est paradoxal. Elle veut agir sur la limitation de la consommation de viande, la réduction des déchets plastiques, les déplacements en avion, mais d'un autre côté elle accélère, droguée au digital, sur la pollution numérique.

On va vers une consommation toujours plus compulsive, toujours plus forte du numérique. Le numérique « durable » ne semble pas pour demain. Mais il y a des solutions à mettre en place : rallonger la durée de vie de nos équipements, les réparer plus systématiquement. Ce sont des effets très concrets qui pourraient diminuer la pollution des interfaces, qui est responsable de la moitié de la pollution numérique.

Bruno Bourgeon, www.aid97400.re

D'après Novéthïc : <https://www.novethic.fr/actualite/environnement/climat/isr-rse/guillaume-pitron-la-pollution-numerique-nous-echappe-et-les-geants-d-internet-entretiennent-notre-ignorance-150173.html>