

ALMA MATER STUDIORUM · UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

SCUOLA DI SCIENZE

Corso di Laurea in Informatica per il Management

**L'influenza politica del lobbying negli
Stati Uniti: analisi delle strategie di
lobbying di Google Inc.**

Relatore: Chiar.mo

Prof. EDOARDO MOLLONA

Presentata da:

MATTEO RANDI

Sessione II

Anno Accademico 2018/2019

Indice

INTRODUZIONE	1
1 Lobbying negli Stati Uniti	2
1.1 Definizione.....	2
1.2 Storia.....	3
1.3 Regolamentazione	3
1.4 Processo legislativo	5
2 Dati e metodologia	10
2.1 Descrizione	10
2.2 Opensecrets.org.....	11
2.2.1 Sommario.....	13
2.2.2 Bills.....	14
2.2.3 Report	15
3 Attività politica di Google Inc.	18
3.1 Quanto ha speso in lobbying negli anni.....	18
3.2 In quali disegni di legge ha investito.....	21
3.3 Testo delle leggi	24
3.4 Obiettivi	28
3.4.1 ECPA Amendments Act e Email Privacy Act	28
3.4.2 Innovation Act e Patent Transparency and Improvements Act	30
3.4.3 Cyber Intelligence Sharing and Protection Act.....	32
3.4.4 Cybersecurity Enhancement Act.....	34
3.4.5 Stop Online Piracy Act e Protect Intellectual Property Act.....	36
3.4.6 SELF DRIVE Act e AV START Act.....	38
3.4.7 America Invents Act.....	40
3.4.8 FOSTA e SESTA	41
3.4.9 USA Freedom Act	44
3.5 Risultati.....	47
CONCLUSIONI	57
BIBLIOGRAFIA	60

INTRODUZIONE

Questa tesi si propone di analizzare quanto l'attività di lobbying di Google Inc. riesca ad influenzare le decisioni del Congresso degli Stati Uniti. In particolare, andremo a studiare le strategie di lobbying di Google Inc. in merito alle proposte di legge nel corso degli anni e cercheremo di capire, per ognuna di esse, gli obiettivi che l'azienda ha cercato di raggiungere e i risultati che è riuscita ad ottenere.

Google, il motore di ricerca più famoso del mondo, nasce ufficialmente nel 1997 con la registrazione del dominio "google.com" da parte dei suoi fondatori Larry Page e Sergey Brin. La sua crescita è estremamente veloce, tanto che nel giro di un anno viene aperta la prima sede a Mountain View, California. Nasce così, nel 1998, Google Inc.

Le prime attività di lobbying di Google sono iniziate nel 2003, con una spesa totale annua di 80.000 dollari. Da qui in poi l'attività e l'impegno economico sostenuto da Google sono andati via via crescendo, raddoppiando gli investimenti di anno in anno fino ad arrivare a un picco di 18 milioni di dollari nel 2012, rimanendo poi costantemente al di sopra dei 15 milioni di dollari. È solo dal 2006, però, che l'attività di lobbying di Google ha iniziato a dare i suoi frutti, facendo approvare le prime legislazioni. Per questo motivo, i disegni di legge che andremo ad analizzare faranno riferimento all'ultimo decennio, più precisamente dal 2010 in avanti. Dal 5 ottobre 2015, a seguito di una ristrutturazione interna, Google Inc. diventa una controllata della holding Alphabet Inc., con a capo Larry Page. Le ricerche che seguono, quindi, si riferiscono al marchio Google Inc. fino al 2014, mentre dal 2015 al marchio Alphabet Inc.

Capitolo 1

Lobbying negli Stati Uniti

Nel primo capitolo introdurremo il concetto di “lobbying” negli Stati Uniti, spiegando il significato del termine ai giorni d’oggi e anche le sue origini. Parleremo, inoltre, delle leggi attualmente in vigore che lo regolano e, infine, descriveremo passo dopo passo il processo legislativo di una legge negli Stati Uniti.

1.1 Definizione

Nel linguaggio quotidiano, il termine *lobbying* può descrivere un'ampia varietà di attività e, nel suo senso generale, suggerisce l'avvocatura, la pubblicità o la promozione di una causa. In questo senso, chiunque cerchi di influenzare qualsiasi posizione politica può essere considerato come praticante di "lobbying", e a volte il termine viene usato in questo senso lato. Una persona che scrive una lettera a un membro del congresso, o interroga un candidato a una riunione politica, potrebbe essere interpretato come un lobbista.

Per dare una definizione più formale, con *lobby*¹ si intende un gruppo di persone che, senza appartenere a un corpo legislativo e senza incarichi di governo, si propongono di esercitare la loro influenza su chi ha facoltà di decisioni politiche, per ottenere l’emanazione di provvedimenti normativi, in proprio favore o dei loro clienti.

¹ Treccani. *Lobby*. Disponibile: <http://www.treccani.it/vocabolario/lobby/>

1.2 Storia

L'origine di questo sostantivo si può ricondurre al latino medievale *laubia* - "tribuna", da cui deriva "loggia" - che fa la sua comparsa nella lingua inglese nella seconda metà del XIV secolo. Infatti, una lobby stava ad indicare un lungo corridoio posto di fronte ad una stanza, adibita ad accogliere le persone. In ambito politico, il termine compare in Inghilterra nel 1640 a indicare uno spazio aperto, presente all'interno della Camera dei Comuni, in cui si potevano incontrare gli esponenti del governo, in modo tale da poter interloquire senza nessun disturbo. Intorno al 1808 questa parola viene utilizzata anche nel contesto istituzionale statunitense, fino al punto di diventare comune nel linguaggio politico. In particolare, divenne d'uso comune il termine di conio giornalistico *lobby-agents*, a indicare un gruppo di persone che ricercavano favori dai membri del Congresso.

Si tratta di un fenomeno molto controverso, spesso visto sotto una luce negativa dai giornalisti e dal pubblico americano, con alcuni critici che lo descrivono come una forma legale di corruzione o estorsione. L'attività di lobbying è stata interpretata da sentenze giudiziarie come libertà di parola costituzionalmente protetta e un modo per chiedere al governo il risarcimento dei danni, ovvero due delle libertà protette dal Primo Emendamento della Costituzione. Dagli anni '70, l'attività di lobbying è cresciuta enormemente negli Stati Uniti in termini di numero di lobbisti e di dimensioni dei bilanci di lobbying, ed è diventata oggetto di molte critiche alla governance americana. Inoltre, i lobbisti hanno un avanzato grado d'istruzione (80% con laurea), una formazione scolastica eterogenea (legge, ingegneria, medicina, chimica, eccetera) e retribuzioni molto elevate.

Secondo un aneddoto diffuso nel Congresso americano, il modo più rapido per conoscere in profondità un progetto di legge è ascoltare il lobbista a favore del provvedimento e quello contrario.²

1.3 Regolamentazione

Per garantire opportuni livelli di trasparenza all'interno dei processi decisionali e fornire all'attività lobbistica la legittimità che le compete, il Congresso degli Stati Uniti approvò nel

² Wikipedia. *Gruppo di pressione*. Disponibile: https://it.wikipedia.org/wiki/Gruppo_di_pressione

1946 una prima legge in merito, il “Federal Regulation of Lobbying Act”. Il testo in questione, sebbene rappresentasse un passo in avanti di assoluta rilevanza nella regolamentazione del fenomeno lobbistico, possedeva alcune lacune come ad esempio l’assenza di una chiara definizione di chi fosse effettivamente chiamato ad iscriversi all’Albo.

Prima di vedere emanata una normativa che tentasse di correggere i difetti sopra evidenziati, si dovette attendere sino al 1995, anno in cui il Presidente degli Stati Uniti Bill Clinton introdusse il “Lobbying Disclosure Act”, legge tutt’ora in vigore. La norma in questione, nella Sezione 1 – “Definitions”, fornisce un’ulteriore definizione di *lobbista*, definendolo come qualsiasi persona ingaggiata da un cliente dietro compenso finanziario per servizi che includano più di un contatto lobbistico e che lo impieghino almeno il 20% del tempo di lavoro prestato a quel cliente in sei mesi. In particolare:

*«The term lobbyist means any individual who is employed or retained by a client for financial or other compensation for services that include more than one lobbying contact, other than an individual whose lobbying activities constitute less than 20 percent of the time engaged in the services provided by such individual to that client over a six month period».*³

All’interno della Sezione 4 – “Registration of lobbyists”, vengono definite le regole per la registrazione dei lobbisti. Nello specifico, entro 45 giorni dalla prima volta che il lobbista si mette in contatto con l’organizzazione, essa lo deve registrare presso il segretario del Senato e il cancelliere della Camera dei Rappresentanti. Ogni registrazione deve includere il nome e l’indirizzo delle entità sotto indicate:

- L’organizzazione registrante e i suoi dipendenti, compresa una descrizione generale dell’attività dell’organizzazione;
- Qualsiasi altra organizzazione che contribuisca con un importo superiore a 10.000 dollari nel periodo di rendicontazione di sei mesi per le attività di lobbying del registrante e che controlla in modo completo o sostanziale tali attività;
- Qualsiasi entità straniera collegata al registrante in vari modi.

Inoltre, ogni registrazione deve includere le questioni generali su cui il registrante sta pianificando di fare pressione e le questioni specifiche che il lobbying del registrante ha affrontato o che dovrà affrontare.

³ Govinfo. *Lobbying Disclosure Act of 1995*. Disponibile: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/STATUTE-109/pdf/STATUTE-109-Pg691.pdf>

Proseguendo nella lettura dell'*LDA*⁴, la Sezione 5 – “Reports by registered lobbyists”, definisce l’obbligo per ogni organizzazione che assume lobbisti di compilare dei report con scadenza trimestrale. Questi report devono contenere i nomi dei lobbisti dell’organizzazione, eventuali cambiamenti nelle informazioni di registrazione del lobbying, alcune informazioni su ogni questione generale in cui il lobbying si è verificato durante tale periodo e una stima della spesa totale di lobbying. Nel caso in cui vengano registrate entrate inferiori a 3.000 dollari per un solo cliente nel trimestre o l’organizzazione spenda meno di 12.500 dollari per svolgere attività di lobbying sempre nel trimestre, non vi è obbligo di registrazione di tali report. Nei capitoli successivi verranno illustrati nel dettaglio per una migliore comprensione di quanto appena discusso.

1.4 Processo legislativo

Per capire meglio ciò di cui andremo a parlare nei capitoli successivi, è importante descrivere gli step essenziali del processo in cui un disegno di legge diventa legge a tutti gli effetti.

Negli Stati Uniti il Potere legislativo è esercitato dal Congresso. Il Congresso è un'assemblea legislativa bicamerale, composta dalla Camera dei Rappresentanti e dal Senato. La Camera dei Rappresentanti (U.S. House of Representatives) è formata da 435 membri, ciascuno dei quali rappresenta un distretto e rimane in carica due anni. Il Senato (U.S. Senate) è formato da 100 membri (due per ogni Stato) che rimangono in carica per sei anni. Le elezioni per il Congresso si svolgono ogni due anni, con le quali si rinnova completamente la composizione della Camera dei Rappresentanti e un terzo dei senatori. Il Congresso ha il compito di redigere, discutere e inviare al presidente progetti di legge da firmare. La Costituzione prevede che il Congresso si riunisca almeno una volta all'anno. Ogni Congresso, quindi, dura due anni ed è composto da due sessioni. La prima sessione si riunisce il 3 gennaio degli anni dispari e si aggiorna il 3 gennaio dell'anno successivo, mentre la seconda sessione va dal 3 gennaio al 2 gennaio degli anni pari. I disegni di legge non promulgati entro la fine di un Congresso vengono cancellati.

⁴ Abbr. Lobbying Disclosure Act

Di seguito è riportata una descrizione⁵ passo dopo passo di come un disegno di legge viene convertito in legge, riassunta anche dalla figura 1.1 in fondo.

1) Introduction:

Anche se l'idea di un atto legislativo può venire da chiunque, solo un membro della Camera dei Rappresentanti o del Senato può introdurre un disegno di legge. Il Rappresentante o Senatore che presenta il disegno di legge ne diventa lo "sponsor". Un disegno di legge può anche avere dei co-sponsorizzatori, che sono altri legislatori che lo sostengono o lavorano alla sua preparazione. Di solito, le leggi importanti hanno diversi co-sponsor. Al disegno di legge che è stato ufficialmente introdotto in una delle due Camere viene assegnato un numero (H.R. per quelli introdotti nella Camera o S. per quelli nel Senato).

2) Committee Consideration:

Tutte le proposte di legge vengono assegnate a una o più commissioni parlamentari o del Senato secondo le loro regole specifiche. Le principali legislazioni vengono di solito assegnate a più di una commissione.

3) Committee Action:

Un disegno di legge può essere assegnato a una Sottocommissione o considerato dalla Commissione nel suo complesso. È a questo punto che il disegno di legge viene esaminato attentamente e vengono determinate le sue possibilità di approvazione. Se la Commissione non agisce su un disegno di legge, ciò equivale ad ucciderlo, come avviene per la maggioranza delle proposte. Se la Commissione approva il disegno di legge, esso procede nel processo legislativo.

4) Subcommittee Review:

Di solito, la Commissione invia i progetti di legge a una Sottocommissione per ulteriori studi e "hearings" pubblici. Gli *hearings* sono delle udienze che offrono al ramo esecutivo, agli esperti, ad altri funzionari pubblici, ai sostenitori e agli oppositori, l'opportunità di mettere a verbale le loro opinioni in merito al disegno di legge.

⁵ National Human Genome Research Institute (2019) *How a Bill becomes a Law*. Disponibile: <https://www.genome.gov/about-genomics/policy-issues/How-Bill-Becomes-Law>

5) Mark Up:

Al termine degli *hearings* sul disegno di legge, la Sottocommissione può apportargli modifiche o emendamenti e riferirli alla Commissione competente per l'approvazione. Questo processo si chiama "Mark Up". Se la Sottocommissione decide di non riferire un disegno di legge alla Commissione completa, esso si dice che “muore” in quella fase.

6) Committee Action – Reporting a Bill:

Dopo che la Sottocommissione riferisce il disegno di legge alla Commissione completa per l'approvazione, vengono esaminate le deliberazioni e le raccomandazioni della Sottocommissione, e possono essere anche condotti ulteriori esami o tenute altre udienze pubbliche. La Commissione completa, infine, propone le sue considerazioni finali alla Camera dei Rappresentanti o al Senato.

7) Floor Action:

Il disegno di legge sarà ora inserito nel calendario legislativo della Camera o del Senato e programmato (in ordine cronologico) per una “floor action” o dibattito prima della piena adesione. Durante l'attesa per la *floor action*, il disegno di legge è oggetto di una mozione per rinviarlo nuovamente alla stessa commissione per un riesame. Si tratta di un metodo classico per sconfiggere un progetto di legge senza portarlo alla fase in cui viene sottoposto al voto finale.

8) Debate:

Il dibattito a favore e contro il disegno di legge procede davanti alla Camera o al Senato secondo regole severe che determinano le condizioni e la quantità di tempo assegnato per il dibattito generale.

9) Voting:

Una volta terminato il dibattito e dopo l'approvazione di eventuali emendamenti, i membri a pieno titolo voteranno a favore o contro il disegno di legge.

10) Bill Referred to Other Chamber:

I disegni di legge approvati da una Camera del Congresso (Camera o Senato) sono ora inviati all'altra Camera dove seguiranno più o meno lo stesso percorso di Commissione per discutere e votare. L'altra Camera può approvare, respingere, ignorare o modificare il disegno di legge.

11) Conference Committee:

Se l'altra Camera apporta modifiche significative al contenuto del disegno di legge, viene costituito un "Conference Committee" (comitato di conferenza) composto da membri di entrambe le Camere, di solito da tre a cinque membri per ogni Camera. Il *Conference Committee* dovrà lavorare per conciliare le differenze tra le versioni del Senato e della Camera. Se la Commissione non è d'accordo, il disegno di legge "muore" in questo momento.

12) Sent to President:

Una volta che entrambe le Camere hanno approvato il disegno di legge nella stessa forma, esso viene inviato al Presidente degli Stati Uniti. Il Presidente può apportarvi la firma ed esso diventerà ufficialmente una legge scritta. Se il Presidente non interviene sul disegno di legge entro dieci giorni mentre il Congresso è in sessione, esso diventerà automaticamente legge. Se il Presidente si oppone al disegno di legge, vi può "porre il veto". Il Congresso può "scavalcare" il veto presidenziale e farlo entrare in vigore lo stesso con i 2/3 dei voti di un quorum di membri sia nella Camera dei Rappresentanti che nel Senato.

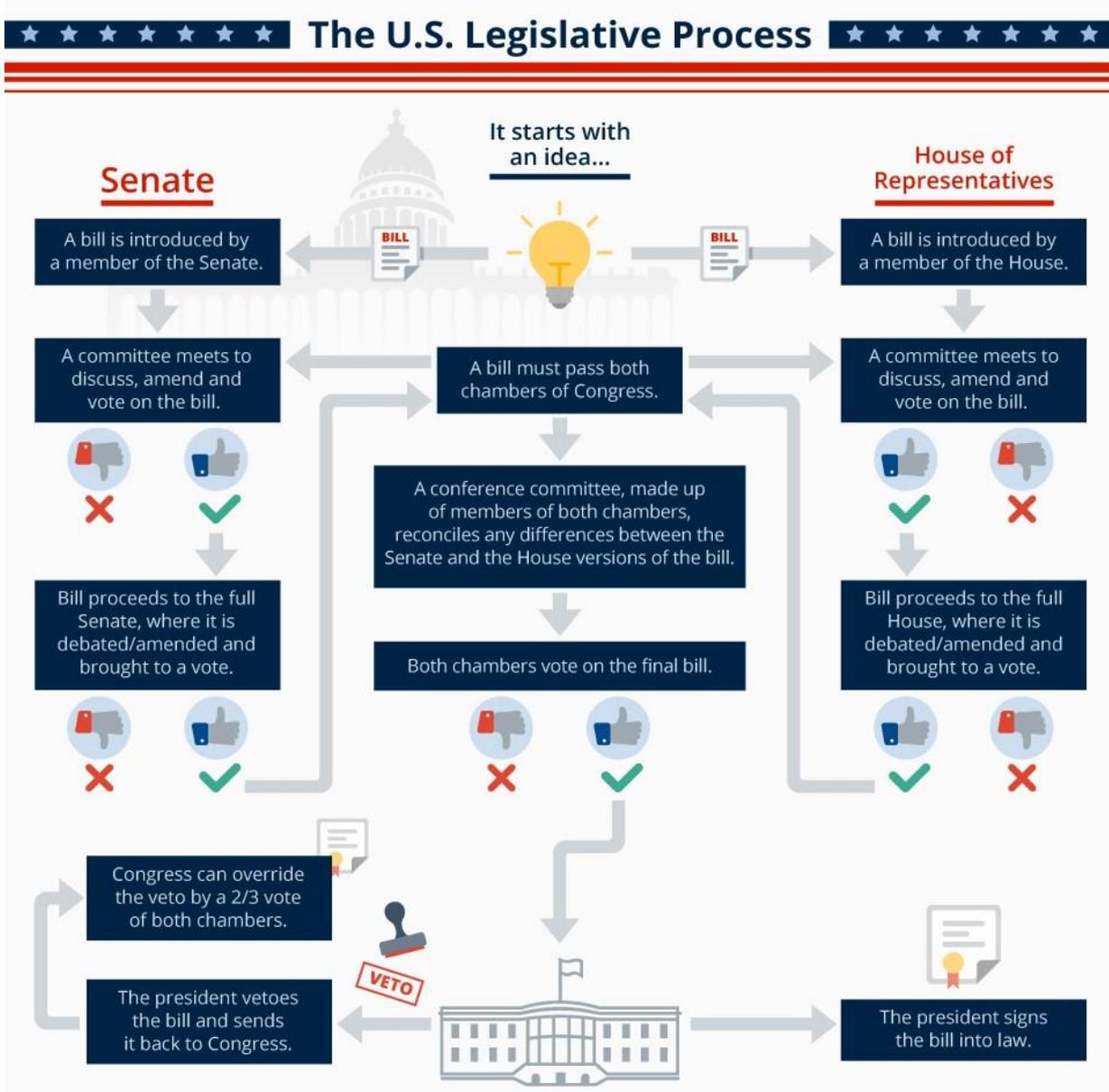


Figura 1.1 – Schema riassuntivo del processo legislativo negli Stati Uniti

Fonte: <https://www.statista.com/chart/16016/the-us-legislative-process/>

Capitolo 2

Dati e metodologia

In questo capitolo si descriverà la metodologia utilizzata per svolgere questo lavoro di tesi. Si analizzeranno le varie fasi dello studio, per poi andare a descrivere nel dettaglio i principali siti utilizzati per la raccolta dati.

2.1 Descrizione

Come già accennato nell'introduzione, il lavoro di questa tesi è iniziato con una grande raccolta dati dal sito più importante per quanto riguarda l'attività di lobbying negli Stati Uniti: *www.opensecrets.org*.

Per ogni anno dal 2010 al 2019, si sono analizzati i report di ogni singola legge dall'elenco delle *bills*⁶ in cui Google ha investito per un determinato anno; questi dati sono stati raccolti all'interno di tabelle Excel suddivise per anno. Il problema principale è stato il fatto che alcuni report contenessero più codici di legge, ed essendoci indicato solo l'importo totale speso per quel trimestre, è risultato difficile capire quanto avesse investito Google per una legge piuttosto che per un'altra. Per risolvere questo inconveniente si è deciso, per ogni report, di suddividere il totale in parti uguali, in base al numero di codici presenti.

La fase successiva è stata quella di unificare i dati raccolti in un'unica grande tabella per mettere in luce quanto abbia speso Google in una determinata legge nel corso degli anni, così da poterle classificare da quella per cui si è investito di più a quella meno significativa. In questa classificazione si è tenuto conto solo delle proposte di legge per le quali, nel periodo preso in considerazione, Google abbia speso complessivamente almeno un milione di dollari.

⁶ Bill = proposta di legge

Nella terza fase di questo studio, si è cercato di capire quale fosse l'obiettivo dell'attività di lobbying dell'azienda di Mountain View, ovvero cosa volesse ottenere da una determinata legge. Per questa analisi si sono esaminati i database che l'Università di Bologna mette a disposizione dei propri studenti, in particolare, Nexis Uni, US Newsstream, The Economist Historical Archive e il Financial Times Historical Archive, in modo da poter raccogliere il maggior numero di articoli che parlassero della posizione di Google in merito a ciascun disegno di legge. Durante questa fase sono state analizzate le proposte di legge più significative per dollari investiti.

La fase finale di questo studio si è concentrata sullo stato attuale delle leggi precedentemente esaminate, ovvero in quale step dell'iter legislativo si trovano, per comprendere effettivamente quanto l'attività di lobbying di Google sia stata efficace. I siti maggiormente utilizzati in questa fase sono *Congress.gov* e *Govtrack.us*. Il primo è il principale database online delle informazioni legislative del Congresso degli Stati Uniti. È stato usato soprattutto per conoscere il testo di ciascuna legge e il tipo di correlazione fra di esse. Il secondo permette agli utenti di visualizzare il percorso legislativo di tutti i disegni di legge che sono stati introdotti nel Congresso degli Stati Uniti.

2.2 Opensecrets.org

In questa sezione verrà illustrato nel dettaglio il sito Opensecrets.org, con particolare riferimento alle pagine che sono state consultate per la raccolta dati di Google Inc.

Il “Center for Responsive Politics” (CRP) è un gruppo di ricerca no profit con sede a Washington, D.C., che segue gli effetti del denaro e del lobbying sulla politica americana. Il suo sito web, Opensecrets.org, si occupa di raccogliere le spese di lobbying di tutte le aziende degli Stati Uniti. Inoltre, permette agli utenti di monitorare le attività di lobbying potendo cercare per azienda, singolo lobbista, industria, agenzia federale e progetto di legge.

La figura 2.1 mostra la pagina principale del sito relativa al lobbying.

Lobbying Data Summary

SECTIONS

Summary >

Trends in Spending >

Business, Labor & Ideological Split >

Top Spenders >

Top Lobbying Firms >

Top Lobbyists >

Ranked Sectors >

Industries >

Recent Registrations >

Top Contracts >

Top Issues >

Top Agencies >

Bills >

Contributions >

Methodology >

In the News >

Foreign Lobby Watch >

Read More >

Companies, labor unions, trade associations and other influential organizations spend billions of dollars each year to lobby Congress and federal agencies. Some special interests retain lobbying firms, many of them located along Washington's legendary K Street; others have lobbyists working in-house. We've got totals spent on lobbying, beginning in 1998, for everyone from AAI Corp. to Zurich Financial. (See also: [Foreign Lobby Watch](#).)

Search for a company, firm, bill, or lobbyist



Total Spending & Lobbyists

See numbers adjusted for inflation

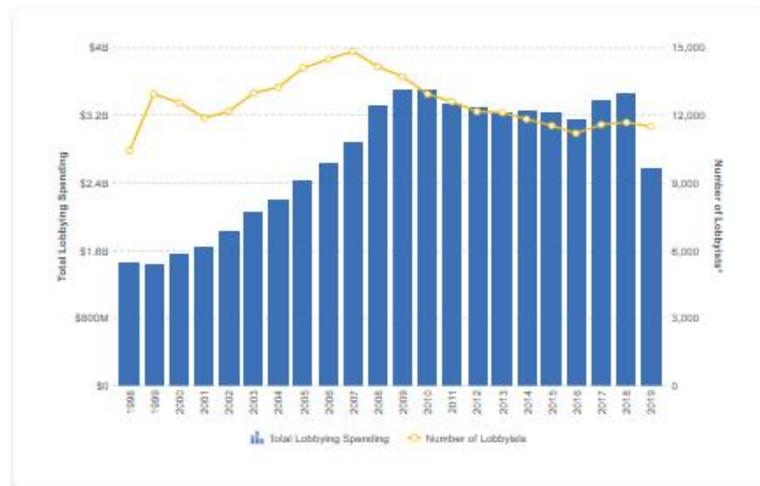


Figura 2.1 – Sezione “Lobbying” del sito Opensecrets.org

Fonte: <https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/summary>

2.2.1 Sommario

Selezionando la pagina profilo di un cliente (nel nostro caso Google Inc.) verrà visualizzata la sezione “Summary”, come si può vedere nella figura 2.2. All’interno di essa è presente un grafico che riassume le spese in materia di lobbying effettuate dall’azienda nel corso degli anni, oltre che il totale speso per l’anno selezionato. Scendendo lungo la pagina vengono mostrati il tipo di industria di riferimento, cioè Internet, e le organizzazioni correlate a Google Inc., ovvero Alphabet Inc.

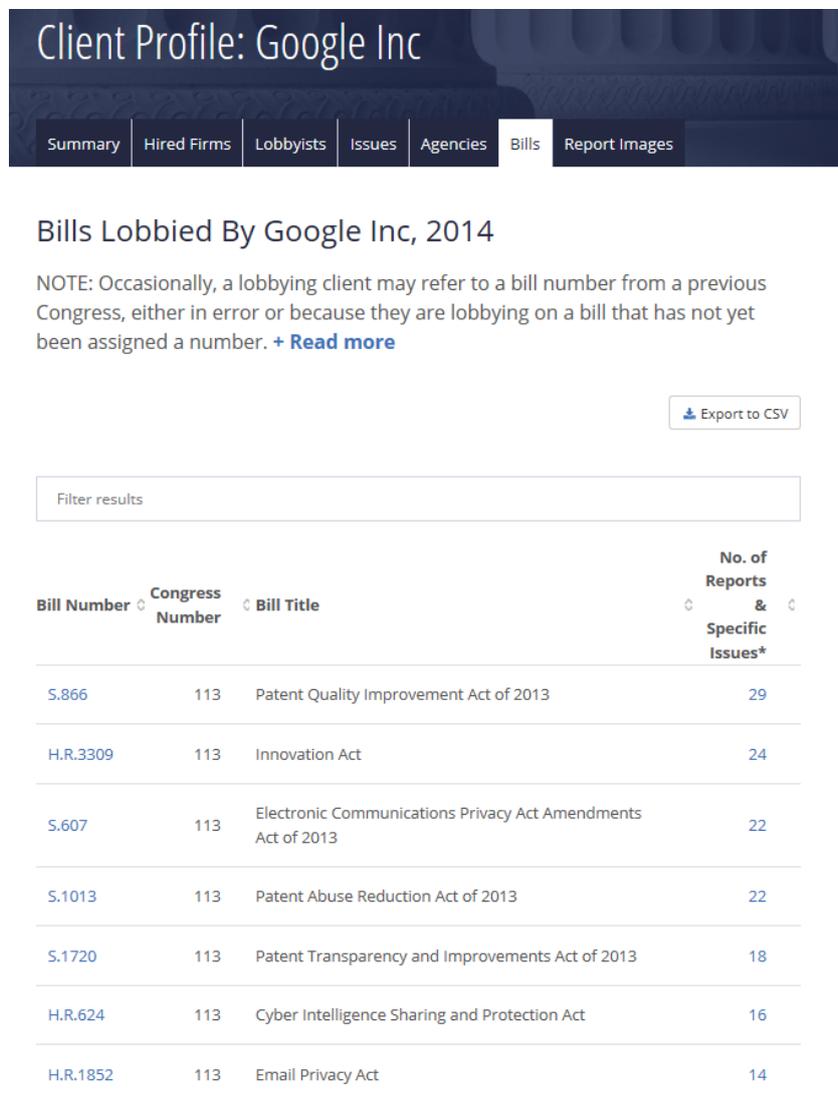


Figura 2.2 - Sezione "Summary" relativa a Google Inc.

Fonte: <https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/clients/summary?cycle=2019&id=D000022008>

2.2.2 Bills

La sezione “Bills” elenca tutti i disegni di legge per i quali Google ha fatto lobbying nell’anno selezionato. Come si può vedere dalla figura 2.3, per ogni disegno di legge vengono indicati: il numero di riferimento, il numero del Congresso nel quale è stato discusso, il titolo e il numero dei report nei quali compare quello specifico disegno di legge. Cliccando su un particolare numero di riferimento del disegno di legge, si aprirà una sezione nella quale sono elencate tutte le aziende che hanno investito in lobbying per quel disegno di legge. Se, invece, si clicca sul numero dei report, verranno mostrati tutti i report all’interno dei quali compare il disegno di legge.



Client Profile: Google Inc

Summary | Hired Firms | Lobbyists | Issues | Agencies | Bills | Report Images

Bills Lobbied By Google Inc, 2014

NOTE: Occasionally, a lobbying client may refer to a bill number from a previous Congress, either in error or because they are lobbying on a bill that has not yet been assigned a number. [+ Read more](#)

[Export to CSV](#)

Filter results

Bill Number	Congress Number	Bill Title	No. of Reports & Specific Issues*
S.866	113	Patent Quality Improvement Act of 2013	29
H.R.3309	113	Innovation Act	24
S.607	113	Electronic Communications Privacy Act Amendments Act of 2013	22
S.1013	113	Patent Abuse Reduction Act of 2013	22
S.1720	113	Patent Transparency and Improvements Act of 2013	18
H.R.624	113	Cyber Intelligence Sharing and Protection Act	16
H.R.1852	113	Email Privacy Act	14

Figura 2.3 – Disegni di legge per i quali Google Inc. ha fatto lobbying

Fonte: <https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/clients/bills?cycle=2014&id=D000022008>

2.2.3 Report

Come affermato nel paragrafo precedente, cliccando sul numero dei report di una specifica legge, si aprirà una pagina dove verranno visualizzati tutti i report all'interno dei quali compare quella specifica normativa. La figura 2.4 qui sotto evidenzia quanto appena detto. In questo caso, abbiamo selezionato il disegno di legge S.607 – “Electronic Communications Privacy Act of 2013”.



Client Profile: Google Inc

Summary | Hired Firms | Lobbyists | Issues | Agencies | **Bills** | Report Images

Bills Lobbied By Google Inc, 2014

[<< See all bills](#)

Specific Issues Reports for by Google Inc, 113th Congress

Report	Content of Specific Issue Field
See Report	online growth and innovation; online advertising; privacy issues; cybersecurity; HR 624, CISPA; HR 1165, FISMA Act; S 607, federal IT procurement issues; Electronic Communications Privacy Act; HR 1312, Geolocation Privacy and Surveillance Act
See Report	Copyright, privacy, telecommunications, and patent litigation reform, including: S. 1013, the "Patent Abuse Reduction Act of 2013", S.866, the "Patent Quality Improvement Act of 2013", and S. 607, the "Electronic Communications Privacy Act Amendments of 2013"
See Report	Privacy and data security issues Transparency related to the Foreign Intelligence Surveillance Act and national security orders General online consumer protection issues Online child safety protection issues Mobile location privacy issues Cybersecurity Electronic communications privacy H.R.1847: Electronic Communications Privacy Act Amendments Act of 2013 S.607: Electronic Communications Privacy Act Amendments Act of 2013 H.R.1852: The Email Privacy Act H.R.3361: USA FREEDOM Act S.1599: USA FREEDOM Act S.1700: Do Not Track Kids Act of 2013 H.R.3481: Do Not Track Kids Act Mutual Legal Assistance Treaties

Figura 2.4 – Elenco dei report nei quali compare il disegno di legge S.607

Fonte: <https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/clients/bills?bid=s607-113&id=D000022008&year=2014>

A questo punto, se si clicca su “See Report” verrà visualizzato il report relativo. La figura 2.5 mostra la prima pagina di un report a titolo di esempio. Osservando l’immagine, possiamo notare alcuni dati evidenziati in rosso e numerati, che rappresentano:

1. Il nome dell’azienda che ha effettivamente svolto l’attività di lobbying per il cliente. In questo caso si tratta della Franklin Square Group LLC;
2. Il nome del cliente per il quale si è fatta l’attività di lobbying, ovvero Google Inc.;
3. Il trimestre di riferimento. Più precisamente si tratta del terzo trimestre che, come è scritto anche nel report, va dal 1° luglio al 30 settembre;
4. La somma che l’azienda ha ricevuto da parte del cliente per fare lobbying. In questo caso 60 mila dollari, indicati nella parte “Income”.

Clerk of the House of Representatives Legislative Resource Center 135 Cannon Building Washington, DC 20515 http://lobbyingdisclosure.house.gov		Secretary of the Senate Office of Public Records 232 Hart Building Washington, DC 20510 http://www.senate.gov/lobby	
LOBBYING REPORT			
Lobbying Disclosure Act of 1995 (Section 5) - All Filers Are Required to Complete This Page			
1. Registrant Name <input checked="" type="checkbox"/> Organization/Lobbying Firm <input type="checkbox"/> Self Employed Individual Franklin Square Group, LLC			
2. Address Address1 1155 F Street, NW 1 Address2 Suite 900 City Washington State DC Zip Code 20004 Country USA			
3. Principal place of business (if different than line 2) City _____ State _____ Zip Code _____ Country _____			
4a. Contact Name Mrs. Kara Campbell		b. Telephone Number 2025560276	
c. E-mail kcampbell@franklinsquaregroup.com		5. Senate ID# 40013096-113	
7. Client Name 2 <input type="checkbox"/> Self <input type="checkbox"/> Check if client is a state or local government or instrumentality Google Inc		6. House ID# 398400003	
TYPE OF REPORT 8. Year 2014 Q1 (1/1 - 3/31) <input type="checkbox"/> Q2 (4/1 - 6/30) <input type="checkbox"/> Q3 (7/1 - 9/30) <input checked="" type="checkbox"/> 3 Q4 (10/1 - 12/31) <input type="checkbox"/>			
9. Check if this filing amends a previously filed version of this report <input type="checkbox"/> 10. Check if this is a Termination Report <input type="checkbox"/> Termination Date _____ 11. No Lobbying Issue Activity <input type="checkbox"/>			
INCOME OR EXPENSES - YOU MUST complete either Line 12 or Line 13			
12. Lobbying INCOME relating to lobbying activities for this reporting period was: Less than \$5,000 <input type="checkbox"/> \$5,000 or more <input checked="" type="checkbox"/> \$ 60,000.00 4 Provide a good faith estimate, rounded to the nearest \$10,000, of all lobbying related income for the client (including all payments to the registrant by any other entity for lobbying activities on behalf of the client).		13. Organizations EXPENSE relating to lobbying activities for this reporting period were: Less than \$5,000 <input type="checkbox"/> \$5,000 or more <input type="checkbox"/> \$ _____	
14. REPORTING Check box to indicate expense accounting method. See instructions for description of options. <input type="checkbox"/> Method A. Reporting amounts using LDA definitions only <input type="checkbox"/> Method B. Reporting amounts under section 6033(b)(8) of the Internal Revenue Code <input type="checkbox"/> Method C. Reporting amounts under section 162(e) of the Internal Revenue Code			

Figura 2.5 – Prima pagina di un lobbying report di Google Inc.

Fonte: <https://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=getFilingDetails&filingID=060A58BF-A57C-4994-9214-A1A023B3523C&filingTypeID=69>

Va sottolineata la possibilità di indicare “Self” nel punto 2 sopra descritto. Ciò significa che l’azienda che compila il report indica sé stessa come cliente. In questo caso, nel punto 4, la somma investita verrà scritta nella parte a destra “Expense” perché si tratta di una spesa.

Nelle pagine a seguire del report, vengono indicati i dettagli dell’attività di lobbying effettuata. Ogni attività viene descritta come nella figura 2.6 sottostante. Osservando l’immagine notiamo, evidenziati in sequenza:

- Il codice dell’argomento o della questione trattata nell’attività di lobbying. Come abbiamo già detto, ogni report solitamente contiene più codici e questo ne rende più difficile lo studio. In questo caso è indicato il codice “CPT” che significa “Copyright/Patent/Trademark”;
- La descrizione dettagliata delle questioni specifiche trattate. Possiamo osservare che Google ha condotto attività di lobbying sulla proposta di legge S.607 – “Electronic Communications Privacy Act of 2013”, oltre che per la S.1013 – “Patent Abuse Reduction Act of 2013” e la S.866 – “Patent Quality Improvement Act of 2013”;
- Gli enti governativi a cui si è rivolta l’attività di lobbying, ovvero la Camera dei Rappresentanti e il Senato;
- L’elenco dei nomi dei lobbisti che sono intervenuti.

LOBBYING ACTIVITY. Select as many codes as necessary to reflect the general issue areas in which the registrant engaged in lobbying on behalf of the client during the reporting period. Using a separate page for each code, provide information as requested. Add additional page(s) as needed.

15. General issue area code CPT

16. Specific lobbying issues

Copyright, privacy, telecommunications, and patent litigation reform, including: S. 1013, the "Patent Abuse Reduction Act of 2013", S.866, the "Patent Quality Improvement Act of 2013", and S. 607, the "Electronic Communications Privacy Act Amendments of 2013"

17. House(s) of Congress and Federal agencies Check if None

U.S. HOUSE OF REPRESENTATIVES, U.S. SENATE

18. Name of each individual who acted as a lobbyist in this issue area

First Name	Last Name	Suffix	Covered Official Position (if applicable)	New
Christopher	Cushing			<input type="checkbox"/>
Robert	Crowe			<input type="checkbox"/>
Craig	Metz			<input type="checkbox"/>

19. Interest of each foreign entity in the specific issues listed on line 16 above Check if None

Figura 2.6 – Dettaglio dell’attività di lobbying effettuata da Google Inc.

Fonte: <https://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=getFilingDetails&filingID=0CCF2128-AFAA-4D7A-9CF9-21361B8C8E2B&filingTypeID=51>

Capitolo 3

Attività politica di Google Inc.

In questo capitolo andremo ad analizzare le spese effettuate da Google Inc. in materia di lobbying nel corso degli anni, e in particolare nel periodo che va dal 2010 al 2019. Questo perché, come vedremo, è nell'ultimo decennio che l'attività di lobbying dell'azienda ha iniziato a produrre dei risultati, oltre che ad essere notevolmente aumentata rispetto all'inizio. Vedremo anche il numero dei progetti di legge in cui Google investe ogni anno e andremo ad analizzare le spese complessive di ciascuno di essi per poterli classificare. Come si può immaginare questo numero sarà consistente, proprio per questo sono stati prese in considerazione solo le leggi per le quali Google abbia investito complessivamente, nell'arco degli ultimi dieci anni, almeno la somma di un milione di dollari. Successivamente andremo ad analizzare singolarmente i disegni di legge per cercare di capire quale fosse l'obiettivo di Google per ognuno di essi.

3.1 Quanto ha speso in lobbying negli anni

Il grafico in figura 3.1 mostra l'andamento delle spese effettuate da Google in materia di lobbying nell'ultimo decennio. I dati sono stati ottenuti dal sito [Opensecrets.org](https://www.opensecrets.org) facendo riferimento all'azienda Google Inc. fino al 2014, confluita, come abbiamo detto, in Alphabet Inc. nel 2015.

Come emerge dal grafico, dal 2010 al 2012 l'investimento in lobbying è quasi raddoppiato ogni anno, passando dai 5 milioni del 2010 ai quasi 10 milioni nel 2011, fino ad arrivare a 18 milioni di dollari nel 2012. Da qui l'andamento è rimasto più o meno costante al di sopra dei 15 milioni di dollari. Ovviamente per il 2019, ancora in corso, non è stato possibile raccogliere dati esaurienti.

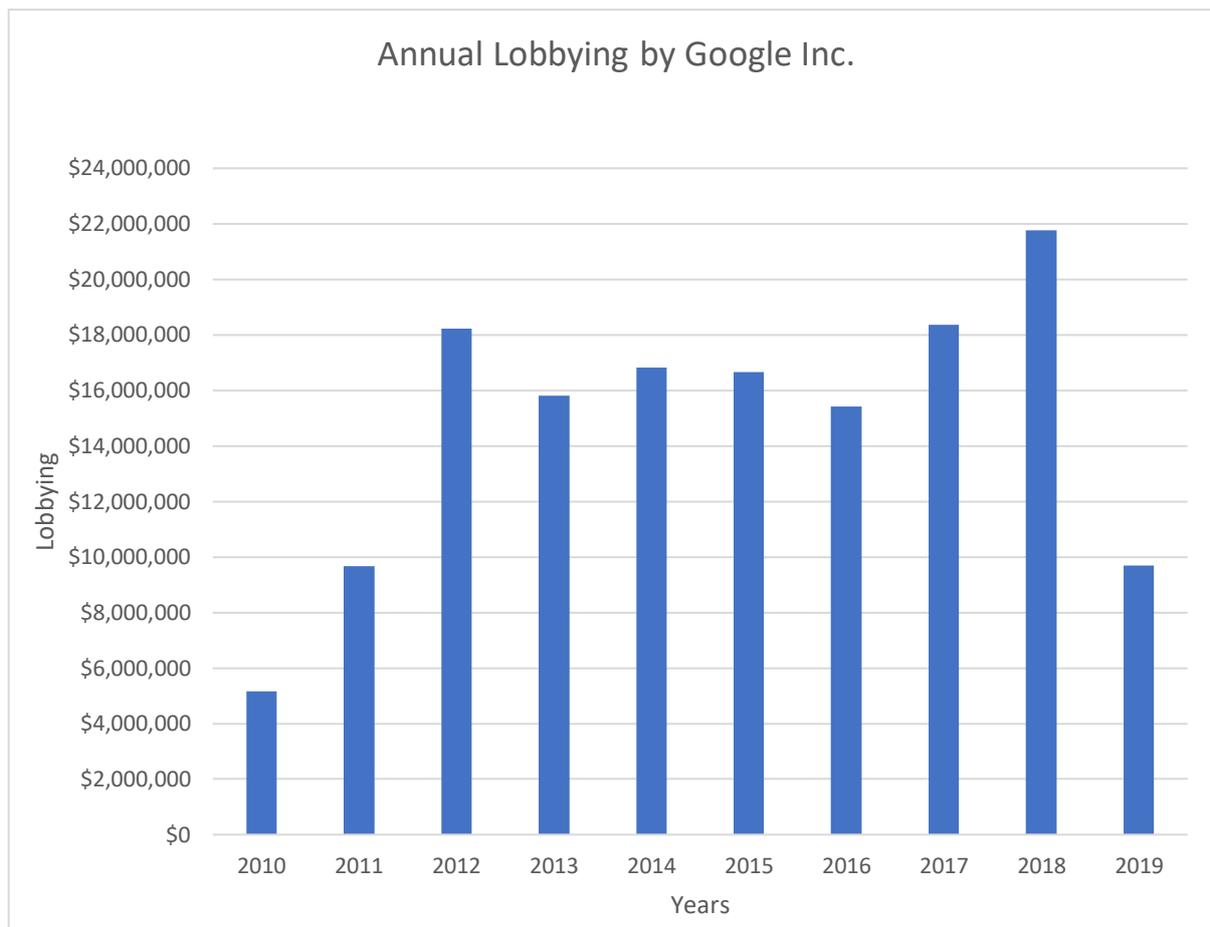


Figura 3.1 – Investimenti in lobbying da parte di Google Inc. nel corso degli anni

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org>

Questi ingenti investimenti nel corso degli anni hanno portato Google ad essere una delle aziende che spendono di più in lobbying. Nel 2018, Google ha speso ben 21 milioni di dollari, superando i tradizionali front-runners Boeing e AT&T e le altre aziende tecnologiche del settore.

Il grafico in figura 3.2 confronta l'andamento degli investimenti in lobbying tra Google, Microsoft e Facebook. Microsoft, che fino al 2010 superava regolarmente Google, ora ne spende mediamente la metà. Come si può vedere, i suoi investimenti sono pressoché costanti negli anni, segno di un'azienda ormai consolidata nel settore. Come per Google, anche per Facebook gli investimenti sono aumentati nel corso del tempo. Osservando il grafico si può notare che in soli quattro anni, da un iniziale investimento di poche migliaia di euro nel 2010, Facebook è arrivato a spendere ben 10 milioni di dollari nel 2014.

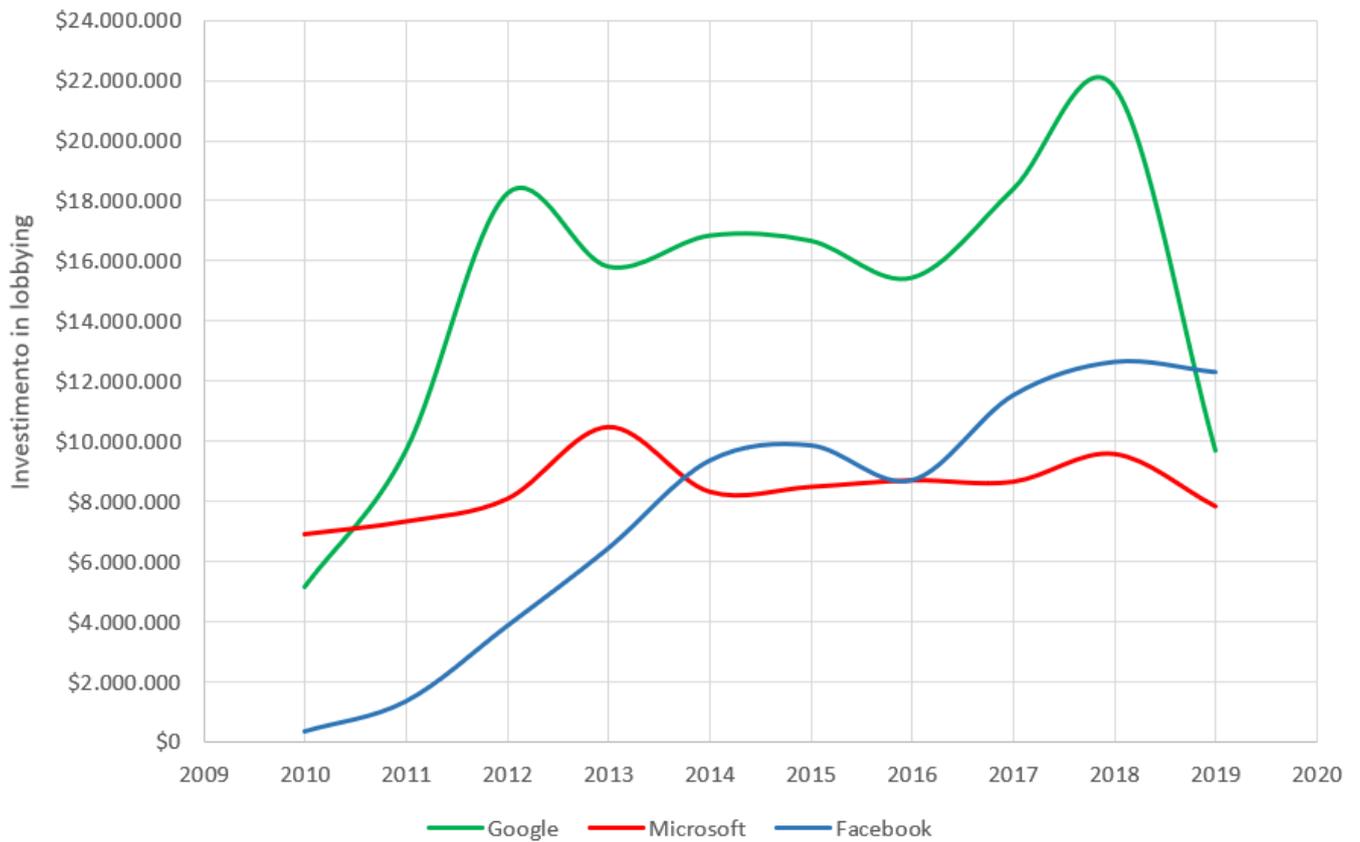


Figura 3.2 – Confronto tra gli investimenti in lobbying delle maggiori aziende del settore tecnologico

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org>

In generale possiamo affermare che la spesa delle aziende tecnologiche per il lobbying riflette l'evoluzione del settore tecnologico, che si è ormai trasformato in una potente industria che è disposta a fare intensive attività di lobbying per far avanzare i dibattiti che contano di più per i profitti delle aziende.

3.2 In quali disegni di legge ha investito

Come preannunciato nel Capitolo 2, in questa sezione andremo a vedere quali sono i disegni di legge per i quali Google ha investito di più in lobbying nel corso degli anni. La tabella 3.1 qui sotto mostra proprio questa classifica, ottenuta calcolando per ogni anno la somma spesa per una determinata legge attraverso l'analisi dei rispettivi report. L'importo visualizzato, quindi, fa riferimento al totale investito per quella legge dal 2010 al 2019. Per questo sono stati considerati solo gli importi maggiori di un milione di dollari complessivi.

Per ogni disegno di legge vengono indicati, in ordine: numero della legge (se questa è stata introdotta più volte tra parentesi viene visualizzato l'anno di introduzione), il titolo della legge e l'importo totale speso nel periodo considerato.

Numero legge	Titolo	Tot. lobbying
S.1011 (2011) S.607 (2013) S.356 (2015)	Electronic Communications Privacy Act Amendments Act	5.800.000 \$
H.R.1852 (2013) H.R.699 (2015) H.R.387 (2017)	Email Privacy Act	5.000.000 \$
H.R.3309 (2013) H.R.9 (2015)	Innovation Act	3.000.000 \$
H.R.3523 (2011) H.R.624 (2013)	Cyber Intelligence Sharing and Protection Act	2.400.000 \$
S.1013	Patent Abuse Reduction Act of 2013	2.400.000 \$
S.866	Patent Quality Improvement Act of 2013	2.400.000 \$
S.1152/H.R.2096 (2011) S.1353/H.R.756 (2013)	Cybersecurity Enhancement Act	2.150.000 \$

S.1720	Patent Transparency and Improvements Act of 2013	1.800.000 \$
H.R.1389 (2011) H.R.491 (2013)	Global Online Freedom Act	1.800.000 \$
H.R.1174/S.512	Law Enforcement Access to Data Stored Abroad Act	1.800.000 \$
S.968	Protect Intellectual Property Act	1.800.000 \$
H.R.3261	Stop Online Piracy Act	1.600.000 \$
H.R.3388	SELF DRIVE Act	1.600.000 \$
S.1885	AV START Act	1.600.000 \$
S.913 (2011) S.418 (2013)	Do Not Track Me Online Act	1.500.000 \$
H.R.4263/S.2151	SECURE IT Act	1.500.000 \$
S.1535	Personal Data Protection and Breach Accountability Act	1.500.000 \$
H.R.3830 (2013) H.R.1890 (2015)	Bipartisan Congressional Trade Priorities Act	1.500.000 \$
S.1897/H.R.3990	Personal Data Privacy and Security Act	1.500.000 \$
H.R. 1249	America Invents Act	1.400.000 \$
S.1137	PATENT Act	1.400.000 \$
S.1549/H.R.12	American Jobs Act of 2011	1.400.000 \$
H.R. 2766	STOP Act	1.380.000 \$
H.R. 1865	Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act	1.300.000 \$
S.1693	Stop Enabling Sex Traffickers Act	1.300.000 \$
H.R.2092	Student Digital Privacy and Parental Rights Act	1.300.000 \$
H.R.3361 (2013) H.R.2048 (2015)	USA Freedom Act	1.200.000 \$
H.R.3674	PRECISE Act of 2012	1.200.000 \$
H.R.2520	Spectrum for Innovation Act of 2011	1.200.000 \$

H.R.5893	Startup Act	1.100.000 \$
H.R.3019	Spectrum Relocation Improvement Act	1.100.000 \$
S.1405	FAA Reauthorization Act of 2018	1.100.000 \$
H.R.2577	SAFE Data Act	1.000.000 \$
S.1600	Judicial Redress Act of 2015	1.000.000 \$
S.1223	Location Privacy Protection Act of 2012	1.000.000 \$
H.R.3509	Wireless Innovation and Public Safety Act	1.000.000 \$
S.455	RADIOS Act	1.000.000 \$
H.R.983	Online Communications and Geolocation Protection Act	1.000.000 \$

Tabella 3.1 – Disegni di legge rilevanti per investimento in lobbying da parte di Google

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org>

Nelle pagine a seguire ci occuperemo di studiare le proposte di legge più significative per capire la posizione di Google a riguardo. Di tutte quelle elencate precedentemente, ne sono state analizzate 14. Molte di queste, però, sono coppie di leggi nelle quali una si dice “compagna” dell’altra. Si tratta di leggi con lo stesso scopo, che differiscono solo per titolo e numero; una di esse è stata introdotta dalla Camera dei Rappresentanti (indicata con la sigla H.R.) e l’altra dal Senato (indicata con S.). Tali leggi possono quindi essere considerate come un’unica legge dal momento che la posizione di Google in merito non cambia. Un altro criterio di selezione per le proposte di legge da analizzare è stato quello di basarsi sia su quelle più importanti in termini di investimento economico, sia su quelle per le quali si sono riusciti a trovare abbastanza articoli da poter effettuare un’analisi significativa. Di seguito le proposte di legge che verranno discusse:

- Electronic Communications Privacy Act (ECPA) Amendments Act
- Email Privacy Act
- Innovation Act
- Patent Transparency and Improvements Act

- Cyber Intelligence Sharing and Protection Act (CISPA)
- Cybersecurity Enhancement Act
- Stop Online Piracy Act (SOPA)
- Protect Intellectual Property Act (PIPA)
- SELF DRIVE Act
- AV START Act
- America Invents Act
- Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act (FOSTA)
- Stop Enabling Sex Traffickers Act (SESTA)
- USA Freedom Act

3.3 Testo delle leggi

Per comprendere meglio la posizione politica di Google, è importante fornire una descrizione riassuntiva del testo di ogni proposta di legge analizzata. La tabella 3.2 mostra, in ordine di studio, una breve descrizione delle leggi precedentemente citate e che andremo ad analizzare.

<i>Electronic Communications Privacy Act Amendments Act</i>	Modifica l'Electronic Communications Privacy Act del 1986 per vietare a un fornitore di servizi di comunicazioni elettroniche di divulgare consapevolmente a qualsiasi ente governativo il contenuto di qualsiasi comunicazione che si trova in una memoria elettronica o comunque gestita dal fornitore. Rivede le disposizioni in base alle quali il governo può richiedere, in base a un mandato, la divulgazione da parte di tale fornitore del contenuto di tali comunicazioni. Elimina i diversi requisiti applicabili ai sensi della legislazione vigente a seconda che tali comunicazioni siano state conservate per un periodo inferiore o
---	---

	superiore a 180 giorni. Richiede che un'autorità di polizia, entro 10 giorni dal ricevimento del contenuto della comunicazione di un cliente, o un ente governativo, entro 3 giorni, fornisca al cliente una copia del mandato e un avviso che tali informazioni sono state richieste e fornite all'ente governativo.
<i>Email Privacy Act</i>	Versione della Camera dell'Electronic Communications Privacy Act Amendments Act, stesso contenuto.
<i>Innovation Act</i>	Chiede a una parte che dichiara una violazione in un'azione civile che comporta una richiesta di risarcimento derivante da qualsiasi atto del Congresso relativo ai brevetti, di includere nelle memorie giudiziarie dettagli specifici riguardanti: ogni rivendicazione di ciascun brevetto dichiaratamente violato; la persona accusata di essere l'autore diretto della violazione per ogni rivendicazione che si presume sia stata violata indirettamente; l'attività principale della parte che asserisce la violazione; ogni denuncia presentata che rivendica uno qualsiasi degli stessi brevetti; e se il brevetto sia stato dichiarato essenziale, potenzialmente essenziale o che possa diventare essenziale per qualsiasi organismo di normazione, nonché se gli Stati Uniti o un governo straniero abbiano imposto requisiti specifici in materia di licenze.
<i>Patent Transparency and Improvements Act</i>	Impone al tribunale di richiedere al titolare di un brevetto che ha intentato un'azione civile per violazione di brevetto di rivelare al tribunale e a tutte le parti avverse qualsiasi persona, associazione, società, o altre entità che il titolare del brevetto sa che hanno: un interesse finanziario nell'oggetto della controversia o in una delle parti del procedimento; o qualsiasi altro interesse che potrebbe essere sostanzialmente compromesso dall'esito del procedimento.
<i>Cyber Intelligence Sharing and Protection Act</i>	Modifica la National Security Act del 1947 per aggiungere disposizioni riguardanti le informazioni sulle minacce informatiche e la condivisione delle informazioni. Definisce tali informazioni come informazioni in possesso di un elemento della comunità di intelligence direttamente collegato a una minaccia di un sistema o di una rete di un governo o di un'entità privata, comprese le informazioni relative alla protezione di

	<p>un sistema o di una rete da: tentativi di degradare, interrompere o distruggere tale sistema o rete; o furto o appropriazione indebita di informazioni private o statali, proprietà intellettuale o informazioni di identificazione personale.</p>
<p><i>Cybersecurity Enhancement Act</i></p>	<p>Modifica il National Institute of Standards and Technology Act per consentire al Segretario del Commercio, attraverso il Direttore del National Institute of Standards and Technology (NIST), di facilitare e sostenere lo sviluppo di un insieme volontario di norme e procedure per ridurre i rischi informatici per le infrastrutture critiche in modo economicamente efficiente.</p>
<p><i>Stop Online Piracy Act</i></p>	<p>Autorizza il Procuratore Generale a chiedere un'ordinanza giudiziaria contro un sito Internet che commette o facilita la pirateria online per richiedere al proprietario, al gestore o al registrante del nome di dominio, o del sito, se queste persone non possono essere trovate, di cessare e sospendere ulteriori attività che costituiscono specifiche violazioni della proprietà intellettuale ai sensi del codice penale federale, comprese le violazioni penali del diritto d'autore, la fissazione non autorizzata e il traffico di registrazioni audio o video di spettacoli musicali dal vivo, la registrazione di immagini in movimento esposte o il traffico di etichette, merci o servizi contraffatti.</p>
<p><i>Protect Intellectual Property Act</i></p>	<p>Versione del Senato dello Stop Online Piracy Act, stesso contenuto.</p>
<p><i>SELF DRIVE Act</i></p>	<p>Questo disegno di legge stabilisce il ruolo federale nel garantire la sicurezza dei veicoli altamente automatizzati incoraggiando il collaudo e l'impiego di tali veicoli. Un "veicolo altamente automatizzato" è un veicolo a motore, diverso da un veicolo commerciale, che è dotato di un sistema di guida automatizzato in grado di eseguire l'intero compito di guida dinamica in modo duraturo. Inoltre, previene gli Stati dall'emanare leggi riguardanti la progettazione, la costruzione o le prestazioni di veicoli altamente automatizzati o sistemi di guida automatizzati, a meno che tali leggi non emanino norme identiche agli standard federali.</p>

<i>AV START Act</i>	Versione del Senato del Self Drive Act, stesso contenuto.
<i>America Invents Act</i>	Modifica la legge federale sui brevetti per definire la “data effettiva di deposito” di un’invenzione rivendicata come la data effettiva di deposito del brevetto o della domanda di brevetto contenente una rivendicazione dell’invenzione. Richiede che la data effettiva di deposito di un’invenzione rivendicata in una domanda di riemissione di un brevetto sia determinata considerando che la rivendicazione dell’invenzione sia contenuta nel brevetto per il quale è stata richiesta la riemissione.
<i>Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act</i>	Questo disegno di legge stabilisce che la sezione 230 del Communications Act del 1934 non era intesa a fornire protezione giuridica ai siti web che promuovono e facilitano illegalmente la prostituzione e ai siti web che facilitano i trafficanti a pubblicizzare la vendita di atti sessuali illegali con le vittime di sfruttamenti sessuali. L’articolo 230 limita la responsabilità legale dei fornitori di servizi informatici interattivi o degli utenti per i contenuti da essi pubblicati che sono stati creati da altri.
<i>Stop Enabling Sex Traffickers Act</i>	Versione del Senato dell’Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act, stesso contenuto.
<i>USA Freedom Act</i>	Modifica il Foreign Intelligence Surveillance Act del 1978 (FISA) per istituire un nuovo processo da seguire quando l’FBI presenta una richiesta ad un tribunale della FISA di un’ordinanza che richiede la produzione di documenti aziendali o altri elementi materiali per un’indagine per ottenere informazioni di intelligence estera che non riguardano una persona statunitense o per proteggere contro il terrorismo internazionale o attività di intelligence clandestina.

Tabella 3.2 – Riassunto del testo dei disegni di legge analizzati

Fonte: <https://www.congress.gov/>

3.4 Obiettivi

In questa sezione ci occuperemo di studiare ciascuna delle leggi precedentemente citate per capire quali siano gli obiettivi dell'attività di lobbying di Google Inc. in merito. Per ciascun disegno di legge, analizzeremo anche l'andamento delle spese effettuato negli anni.

3.4.1 ECPA Amendments Act e Email Privacy Act

Dall'analisi delle spese effettuata precedentemente si nota immediatamente come l' "Electronic Communications Privacy Act Amendments Act" e l' "Email Privacy Act" siano i disegni di legge per i quali Google Inc. abbia investito di più nell'ultimo decennio, rispettivamente \$ 5.800.000 e \$ 5.000.000. La figura 3.3 mostra l'andamento delle spese nel corso degli anni per i due disegni di legge.

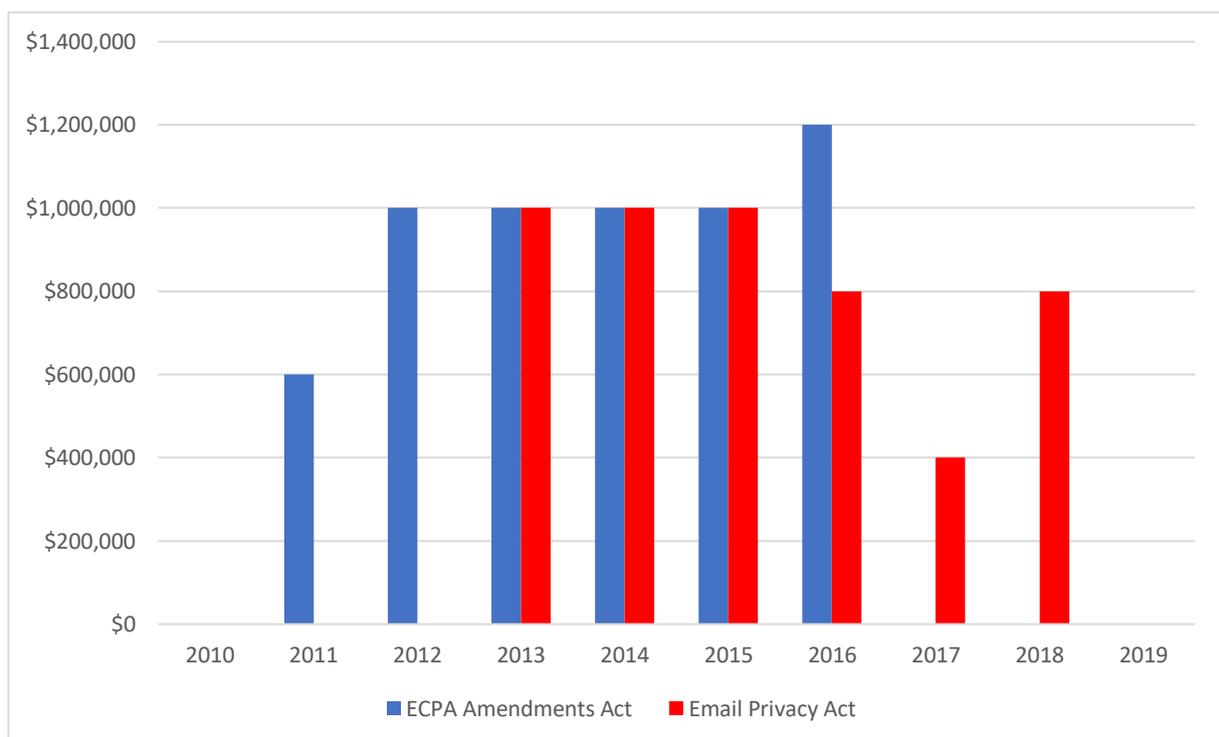


Figura 3.3 – Andamento delle spese in lobbying per l'ECPA Amendments Act e l'Email Privacy Act

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org/>

Le due proposte di legge in questione, come spiegato precedentemente, sono leggi “compagne” che hanno come scopo principale quello di aggiornare l’“Electronic Communications Privacy Act” del 1986 (per comodità da qui in avanti lo abbrevieremo con ECPA). Questa legislazione specifica le norme che permettono l’accesso alle forze dell’ordine alle comunicazioni elettroniche e ai dati associati.

A marzo 2010 Google, attraverso una lettera al Congresso sottoscritta da altre aziende tecnologiche come Facebook, inizia la sua attività di lobbying per aggiornare le leggi sulla privacy delle comunicazioni digitali. Google sostiene che la tecnologia sia arrivata ad un punto talmente avanzato che l’ECPA, nella sua attuale forma, non sia più sufficiente. Siccome l’ECPA è stato emanato nel 1986, quindi ben prima che il web come lo conosciamo oggi esistesse, Google evidenzia delle differenze nei modi in cui le persone oggi utilizzano Internet rispetto a 25 anni fa. Nel 1986, infatti, risultava difficile navigare nel World Wide Web, e la posta elettronica commerciale non era ancora stata offerta al pubblico. Solo 340.000 americani erano abbonati a un servizio di telefonia mobile, ma nessuno di loro poteva ancora inviare un messaggio di testo, navigare su Internet o scaricare le applicazioni. Nella misura in cui l’e-mail veniva utilizzata, gli utenti dovevano scaricare messaggi da un server remoto sul proprio personal computer, dove la conservazione e la memorizzazione di questi dati erano costose e i dispositivi di memorizzazione erano limitati dalla tecnologia e dalle dimensioni. Oggi, centinaia di milioni di americani usano il web ogni giorno. La velocità di trasferimento dati è molto più rapida di quando l’ECPA è diventato legge.

Poiché i vantaggi dell’Internet computing diventano sempre più evidenti e diffusi, la sua crescita, così come la progressione dell’innovazione, non dovrebbero essere ostacolati da disposizioni ECPA pre-Internet che non riflettono più il modo in cui le persone utilizzano i servizi o le ragionevoli aspettative che hanno sull’accesso del governo alle informazioni che memorizzano sui servizi Internet. Questo è un altro problema di fondamentale importanza per Google, il quale sostiene che l’ECPA stabilisce regole non coerenti per l’accesso governativo alla posta elettronica e ai documenti archiviati. Una singola e-mail è soggetta a diversi standard legali nel suo ciclo di vita, dal momento in cui viene digitata, al momento in cui viene aperta dal destinatario fino al momento in cui viene memorizzata presso il service provider di posta elettronica. Google sottolinea, ad esempio, che, secondo il Quarto Emendamento, un documento memorizzato su un computer desktop è protetto dall’obbligo di mandato, ma l’ECPA dice che lo stesso documento memorizzato presso un service provider non è soggetto

a questa protezione. Questa complessità può essere dimostrata dal fatto che l'ECPA prevede che il governo possa obbligare un provider a rivelare il contenuto di un'e-mail di più di 180 giorni con un semplice mandato di comparizione (e un avviso all'utente, che può essere ritardato in determinate circostanze). Se l'e-mail è di 180 giorni o più recente, il governo avrà bisogno di un mandato di perquisizione. Google sostiene che queste differenze non abbiano senso e creino problemi inutili. È proprio per questo che supporta l'"ECPA Amendments Act" e l'"Email Privacy Act", che hanno come disposizione chiave quella di eliminare la regola dei 180 giorni. Il governo, quindi, dovrebbe sempre ottenere un mandato per obbligare un provider a rivelare il contenuto di e-mail, testi o altro materiale privato per conto dei suoi utenti. È innegabile, dunque, che vi sia un forte interesse nell'allineare l'ECPA con il Quarto Emendamento e le ragionevoli aspettative degli utenti in materia di privacy.

A causa di tutti i suoi vantaggi, vi è uno straordinario consenso sulla riforma dell'ECPA, che non ha eguagliato nessun'altra questione tecnologica e di privacy. Il successo dell'approvazione della riforma dell'ECPA invia un messaggio forte: il Congresso può agire rapidamente su una legislazione fondamentale, ampiamente sostenuta e bicamerale. La mancata attuazione della riforma invia un messaggio altrettanto forte: la tutela della privacy è carente nell'accesso delle forze dell'ordine alle informazioni degli utenti e i valori costituzionali sono in pericolo in un mondo digitale.

3.4.2 Innovation Act e Patent Transparency and Improvements Act

Come si evince dalla figura 3.4, Google ha investito, nell'arco di quattro anni a partire dal 2013, la somma di circa \$ 3.000.000 per l'"Innovation Act". Per quanto riguarda il provvedimento "compagno" del Senato, il "Patent Transparency and Improvements Act", Google ha speso una somma altrettanto consistente, poco più della metà rispetto all'"Innovation Act", ma nel solo biennio 2013-2014.

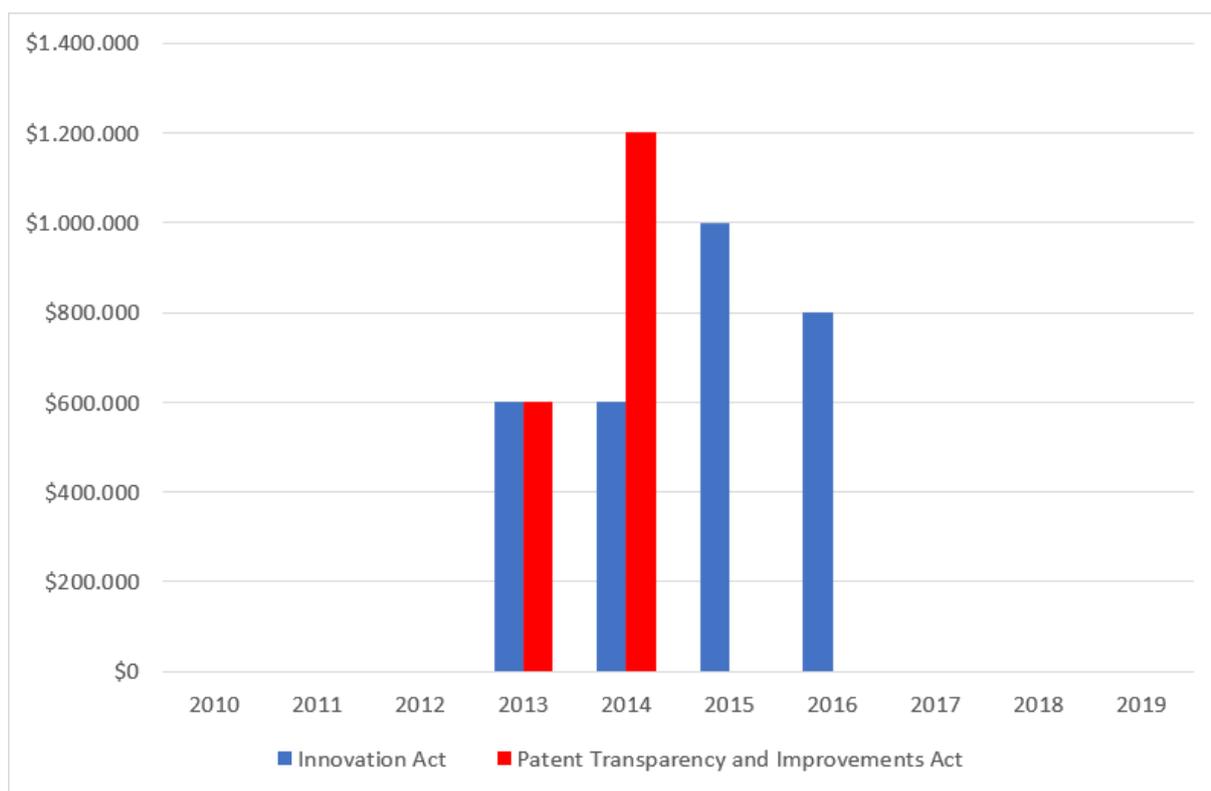


Figura 3.4 – Andamento delle spese in lobbying per l’Innovation Act e il Patent Transparency and Improvements Act

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org/>

L’“Innovation Act” e il “Patent Transparency and Improvements Act”, sostiene Google, andrebbero a risolvere il problema dei patent trolls o “troll dei brevetti”. Con quest’ultima singolare espressione vengono identificati i privati o le imprese il cui scopo è quello di registrare il maggior numero possibile di brevetti tecnologici con cui accrescere il proprio portfolio, e senza nessuna intenzione di trasformare questi brevetti in tecnologie vere e proprie. A volte questi brevetti vengono addirittura messi in vendita all’asta. I due disegni di legge affrontano, quindi, l’esplosione dei contenziosi brevettuali abusivi, che si verificano quando qualcuno diverso dal titolare del brevetto utilizza l’idea o la tecnologia brevettata, aiutando il sistema brevettuale a lavorare secondo il suo scopo originario: promuovere l’innovazione. La tutela brevettuale ha lo scopo di fornire un incentivo all’innovazione, stimolando progressi reali a vantaggio dei consumatori.

Alcuni CEO delle più importanti aziende tecnologiche degli Stati Uniti, tra i quali Google, in una lettera alla Camera dei Rappresentanti, si esprimevano così in merito all’“Innovation Act”: “Siamo gli amministratori delegati delle principali società americane di Internet. In

quanto tali, abbiamo un'esperienza diretta delle conseguenze negative che il mercato dei patent troll produce nella nostra economia. Siamo anche innovatori, infatti molti di noi sono orgogliosi titolari di brevetti. I posti di lavoro, i beni e i servizi che compongono la nostra economia dipendono da innovazioni come le nostre che vengono protette da brevetti. Come inventori noi stessi, sosteniamo l' 'Innovation Act' perché raggiunge un compromesso ragionevole tra la protezione dei diritti dei titolari di brevetti e l'eliminazione della minaccia di frivole controversie su di essi. Se promulgato, l' 'Innovation Act' permetterà agli innovatori come noi di tornare a fare quello che sappiamo fare meglio, vale a dire creare i posti di lavoro e i servizi che aiutano a gestire la nostra economia”.

Il “Patent Transparency and Improvements Act” vuole rendere più difficile il patent trolling includendo misure volte a ridurre gli oneri processuali per le aziende che vengono citate in giudizio e ad aumentare gli obblighi di diligenza e trasparenza di una società che intenta una causa in materia di brevetti. Il disegno di legge comprende anche altre misure per aiutare le piccole imprese a prepararsi a difendersi in una causa in materia di brevetti.

Google si sta impegnando duramente affinché la riforma sui brevetti venga approvata, facendo pressioni sia al Senato che alla Camera, sostenendo che sia arrivato il momento di fare un passo avanti e agire: le aziende americane stanno spendendo troppo tempo e denaro a difendersi dai troll dei brevetti.

3.4.3 Cyber Intelligence Sharing and Protection Act

A partire dal 2012, osservando la figura 3.5, Google ha investito ben \$ 2.400.000 nel giro di tre anni per il “Cyber Intelligence Sharing and Protection Act”, noto anche come CISPA. Questo a dimostrazione del fatto che la sicurezza informatica sia una questione di fondamentale importanza per Google.

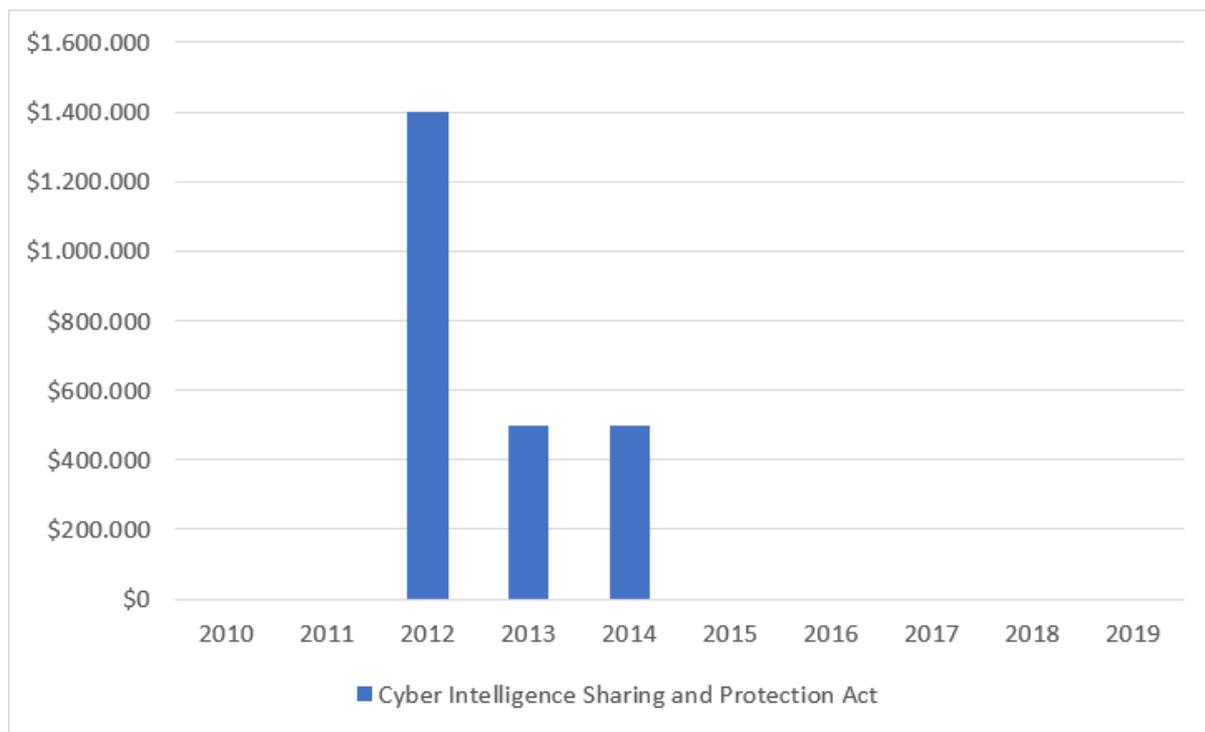


Figura 3.5 – Andamento delle spese in lobbying per il Cyber Intelligence Sharing and Protection Act

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org/>

Ad aprile 2012 Google, sebbene stesse già facendo azioni di lobbying a riguardo, non aveva ancora mostrato pubblicamente il suo pieno appoggio al “Cyber Intelligence Sharing and Protection Act” (CISPA). Il suo supporto è stato dedotto dalla sua appartenenza a varie organizzazioni commerciali che avevano espresso il loro sostegno al disegno di legge. Google ha però lavorato silenziosamente dietro le quinte per rendere la legge appetibile per le aziende tecnologiche, come affermato da Mike Rogers, il principale sostenitore del CISPA. Sempre in quel periodo, anche una portavoce di Google si è espressa a riguardo affermando: “Pensiamo che si tratti di una questione importante, e stiamo osservando il processo da vicino, ma non abbiamo ancora preso una posizione formale su alcuna legislazione specifica”.

L’anno seguente, attraverso una lettera al Congresso sottoscritta da altre aziende del settore, Google esce allo scoperto esprimendo pubblicamente il suo supporto al CISPA. Secondo loro questo disegno di legge consentirà alle aziende di proteggersi dalle minacce di attacchi informatici stranieri, grazie alla condivisione di dati con le agenzie governative di intelligence senza timore di essere portate in tribunale per questioni di privacy. Questo è proprio il motivo principale per cui Google supporta il CISPA: trasferisce la pressione di regolamentare gli utenti

da una società privata a un ente governativo. Significa che protegge le aziende dal rischio di essere citate in giudizio in caso di violazione dei termini di servizio per consegnare le informazioni degli utenti, sempre che ciò sia fatto quando vi sia una minaccia per la sicurezza informatica. Ad esempio, se un'azienda viene attaccata, può condividere informazioni su quell'attacco e aiutare altre aziende a proteggersi.

Un altro principio a favore del CISPA, e per il quale Google ha investito in lobbying affinché venisse approvato, è la differenza rispetto alla precedente e bocciata “Stop Online Piracy Act” (di cui discuteremo più avanti). Quest'ultima, infatti, non offriva la garanzia, che invece assicura il CISPA, di poter condividere le informazioni personali senza minaccia di responsabilità legale.

3.4.4 Cybersecurity Enhancement Act

Sempre in materia di sicurezza informatica, un'altra proposta di legge alla quale Google ha dedicato una certa importanza nel corso degli anni è la “Cybersecurity Enhancement Act”. In particolare, come si nota dalla figura 3.6, Google ha investito più di due milioni di dollari per fare lobbying su tale disegno di legge.

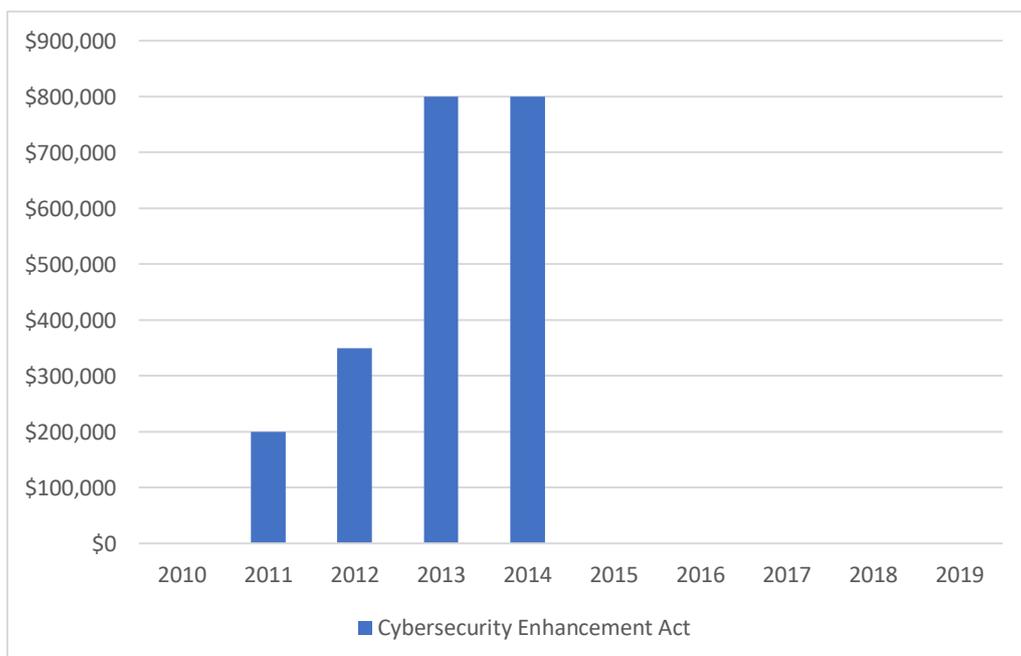


Figura 3.6 – Andamento delle spese in lobbying per il Cybersecurity Enhancement Act

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org/>

La ragione principale per la quale Google ha iniziato la sua attività di lobbying verso il “Cybersecurity Enhancement Act” può essere ricondotta all’attacco informatico che l’azienda ha subito nel 2010. Google ha infatti rivelato di essere stato l’obiettivo di alcuni attacchi informatici provenienti dalla Cina e ha condiviso pubblicamente le informazioni a riguardo. In un post sul blog ufficiale di Google si legge:

“Come molte altre organizzazioni ben note, anche noi affrontiamo regolarmente attacchi informatici di varie entità. A metà dicembre abbiamo rilevato un attacco altamente sofisticato e mirato alla nostra infrastruttura aziendale proveniente dalla Cina. In primo luogo, questo attacco non riguardava solo Google. Nell’ambito della nostra indagine abbiamo scoperto che almeno altre venti grandi aziende di diversi settori – tra cui Internet, finanza, tecnologia, media e industria chimica – sono state prese di mira in modo simile. Attualmente siamo in procinto di notificare queste aziende, e stiamo anche lavorando con le autorità competenti degli Stati Uniti. In secondo luogo, abbiamo prove che suggeriscono che uno degli obiettivi principali degli aggressori era l’accesso ai conti Gmail degli attivisti cinesi per i diritti umani. Sulla base delle nostre indagini fino ad oggi, riteniamo che il loro attacco non abbia raggiunto tale obiettivo. Solo due account Gmail sembrano essere stati consultati, e tale attività era limitata alle informazioni sull’account (come la data di creazione dell’account) e l’oggetto, piuttosto che al contenuto delle email stesse”.⁷

Google supporta fortemente il “Cybersecurity Enhancement Act” in quanto considera la criminalità informatica un importante problema da risolvere. Questo disegno di legge, sostiene Google, aumenterà la sicurezza delle informazioni personali rafforzando le partnerships di ricerca tra il governo federale, il settore privato, i college e le università.

⁷ Techcrunch. (2010) *Google Defends Against Large Scale Chinese Cyber Attack*. Disponibile: <https://techcrunch.com/2010/01/12/google-china-attacks/>

3.4.5 Stop Online Piracy Act e Protect Intellectual Property Act

Lo “Stop Online Piracy Act” (SOPA) e il “Protect Intellectual Property Act” (PIPA) sono due misure di legge “compagne” alle quali Google ha dedicato una particolare attenzione durante il 112° Congresso, nel biennio 2011-2012. Come dimostrato dalla figura 3.7, notiamo come l’attività di lobbying di Google per i due disegni di legge sia stata consistente. L’azienda ha infatti investito \$ 1.600.000 per il SOPA e \$ 1.800.000 per il PIPA.

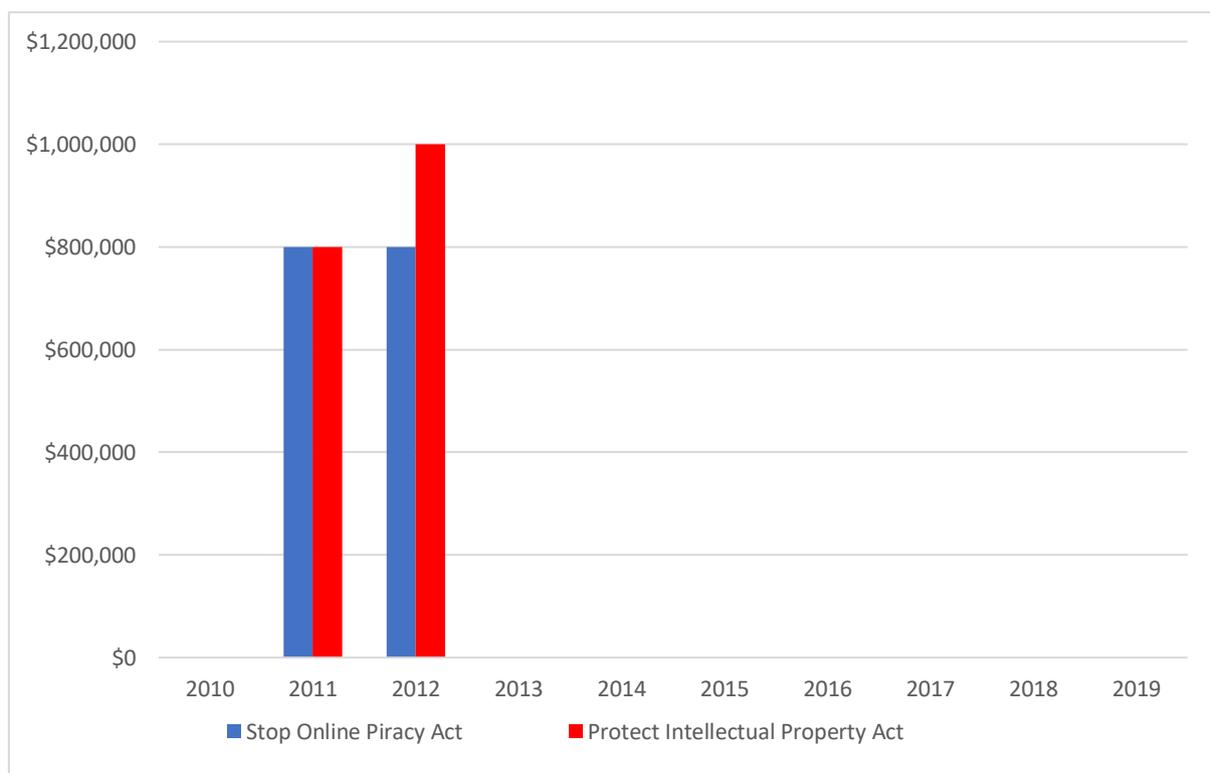


Figura 3.7 – Andamento delle spese in lobbying per lo Stop Online Piracy Act e il Protect Intellectual Property Act

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org/>

Sin da quando le due proposte di legge sono state introdotte in Congresso nel 2011, il SOPA presso la Camera dei Rappresentanti e il PIPA al Senato, gli obiettivi di Google sono stati chiari da subito. Infatti, come testimoniato in una lettera alla Commissione, Google afferma che tutta l’industria di Internet è seriamente preoccupata riguardo al SOPA e al PIPA. Questi disegni di legge hanno lo scopo di combattere sia la violazione del copyright che la contraffazione dei

beni elettronici. Entrambi hanno il supporto sia di membri di ciascuna delle Camere che di Hollywood e di alcune delle più grandi aziende del settore dello spettacolo, mentre Google e molte altre aziende tecnologiche si oppongono al SOPA e al PIPA. Google afferma di sostenere l'obiettivo dei disegni di legge di fornire ulteriori strumenti per combattere i siti web che si dedicano alla violazione dei copyright e alla contraffazione, però non può sostenere le leggi così come sono scritte. Infatti, esporrebbero le aziende statunitensi di Internet a nuove responsabilità incerte, diritti d'azione privati e mandati tecnologici che potrebbero richiedere il monitoraggio dei siti web e dei social media. In breve, Google ritiene che i disegni di legge, così come sono stati presentati, cambierebbero negativamente Internet come la conosciamo noi e rappresentino una seria minaccia per la continua innovazione e la creazione di posti di lavoro nel loro settore.

Un'importante reazione al SOPA e al PIPA avviene verso la fine del 2011. Google, in segno di protesta, ha accolto i propri utenti con una barra nera di censura sopra il logo nella sua iconica homepage. Osservando la figura 3.8, sia sotto la barra di ricerca che passando con il cursore sopra il logo censurato, si può notare l'invito a unirsi alla protesta *“Tell Congress: Please don't censor the web!”*.

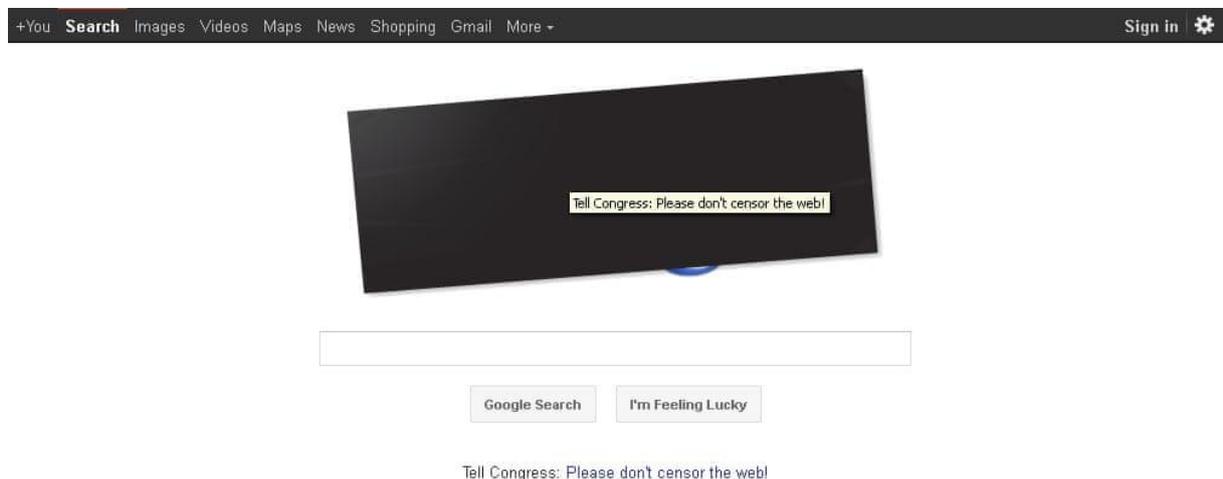


Figura 3.8 – Homepage di Google con il logo censurato in protesta allo Stop Online Piracy Act

Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Protests_against_SOPA_and_PIPA

Inoltre, Google ha anche sponsorizzato una petizione che nel giro di sole ventiquattro ore ha raccolto più di 4,5 milioni di firme. Molti altri siti web, tra cui Wikipedia, Reddit, Mozilla e

Tumblr si sono uniti alla protesta. Wikipedia, ad esempio, ha chiuso per un giorno tutte le sue pagine in lingua inglese.

Secondo Google la pirateria è una questione importante che deve essere affrontata. Tuttavia, leggi come SOPA e PIPA non risolvono il problema, ma complicano ulteriormente le cose. Tali legislazioni uccideranno l'innovazione e hanno la capacità di essere facilmente abusate.

3.4.6 SELF DRIVE Act e AV START Act

Negli anni più recenti Google si è dedicato a fare lobbying su due proposte di legge che riguardano la regolamentazione delle macchine autoguidate. Come si può vedere dalla figura 3.9, Google ha investito la somma di \$ 1.600.000 nel biennio 2017-2018 sia per il “SELF DRIVE Act”⁸ che per la versione del Senato “AV START Act”⁹.

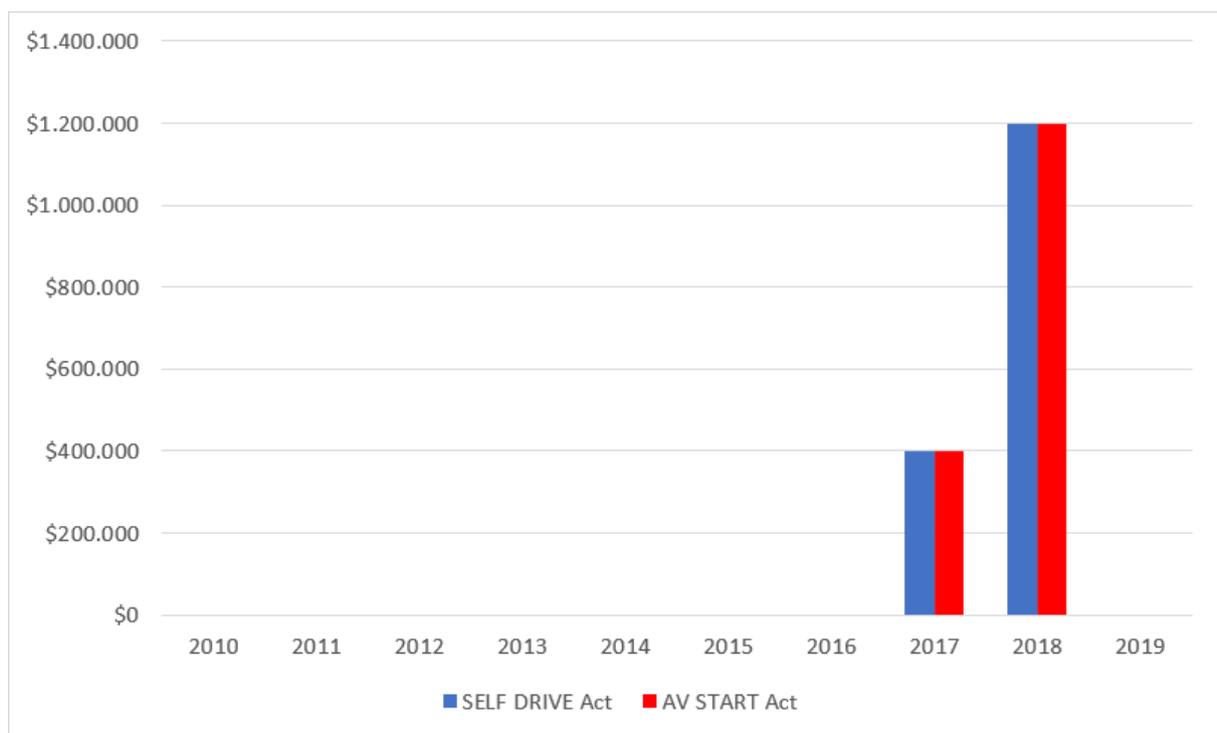


Figura 3.9 – Andamento delle spese in lobbying per il SELF DRIVE Act e l'AV START Act

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org/>

⁸ Abbreviazione di “Safely Ensuring Lives Future Deployment and Research In Vehicle Evolution Act”

⁹ Abbreviazione di “American Vision for Safer Transportation through Advancement of Revolutionary Technologies Act”

A dicembre 2016 Google modifica l'unità dedicata allo sviluppo della tecnologia dell'autoguida ribattezzandola in Waymo, e trasformandola in una divisione separata e controllata da Alphabet Inc. Il nome Waymo deriva proprio dalla sua missione "*a new way forward in mobility*"¹⁰, ovvero una nuova strada per la mobilità.

La Self-Driving Coalition for Safer Street, un gruppo di aziende tra le quali troviamo proprio la Waymo, insieme ad altre come Ford, Uber e Volvo, ha scritto una lettera a supporto del "SELF DRIVE Act". La coalizione sostiene che i veicoli autoguidati offrano l'opportunità di aumentare significativamente la sicurezza e migliorino l'accesso ai trasporti per le comunità poco servite. Chiedono quindi al governo federale di rilasciare regolamenti che dettino l'uso di veicoli autoguidati per impedire agli stati di rilasciarne altri che ne ostacolino la distribuzione. Attualmente, le case automobilistiche e le aziende che testano la tecnologia dell'autoguida devono richiedere esenzioni dalle norme federali sulla sicurezza dei veicoli a motore al National Highway and Traffic Safety Administration. Tuttavia, questa legge non darà libero sfogo alle aziende di testare ciò che vogliono sulle strade pubbliche. Nella sua forma attuale, la legge richiede alle case automobilistiche di dimostrare che le vetture autoguidate siano sicure almeno quanto quelle guidate dall'uomo per ottenere un'esenzione. Le aziende che chiedono l'esenzione sarebbero inoltre tenute a segnalare qualsiasi incidente che coinvolga veicoli esentati.

La Self-Driving Coalition for Safer Street sta insistendo anche per fare approvare l'"AV START Act". Questa legge impedirebbe agli stati di stabilire norme di sicurezza per le auto senza conducente, sebbene non esistano regolamenti federali né alcun requisito per l'adozione di regolamenti in futuro. Nei prossimi anni, il progetto di legge consentirà inoltre di esonerare centinaia di migliaia di veicoli senza conducente dalle norme federali esistenti per le auto e i camion, come i requisiti per i volantini e i pedali. Attraverso un comunicato stampa la coalizione ha dichiarato: "Rimuovendo gli esseri umani dal processo di guida, i veicoli autoguidati offrono l'opportunità di ridurre significativamente il numero di persone uccise e ferite in incidenti ogni anno. È fondamentale che i legislatori sostengano i vantaggi in termini di sicurezza di una tecnologia completamente autoguidata".

¹⁰ Wikipedia. *Waymo*. Disponibile: <https://en.wikipedia.org/wiki/Waymo>

3.4.7 America Invents Act

Uno dei primi disegni di legge riguardante la riforma dei brevetti per il quale Google ha investito in lobbying è l’“America Invents Act” del 2011. Durante il 112° Congresso, tenutosi nel biennio 2011-2012, come possiamo vedere in figura 3.10, Google ha speso circa un milione e mezzo di dollari per fare lobbying su questa proposta di legge.

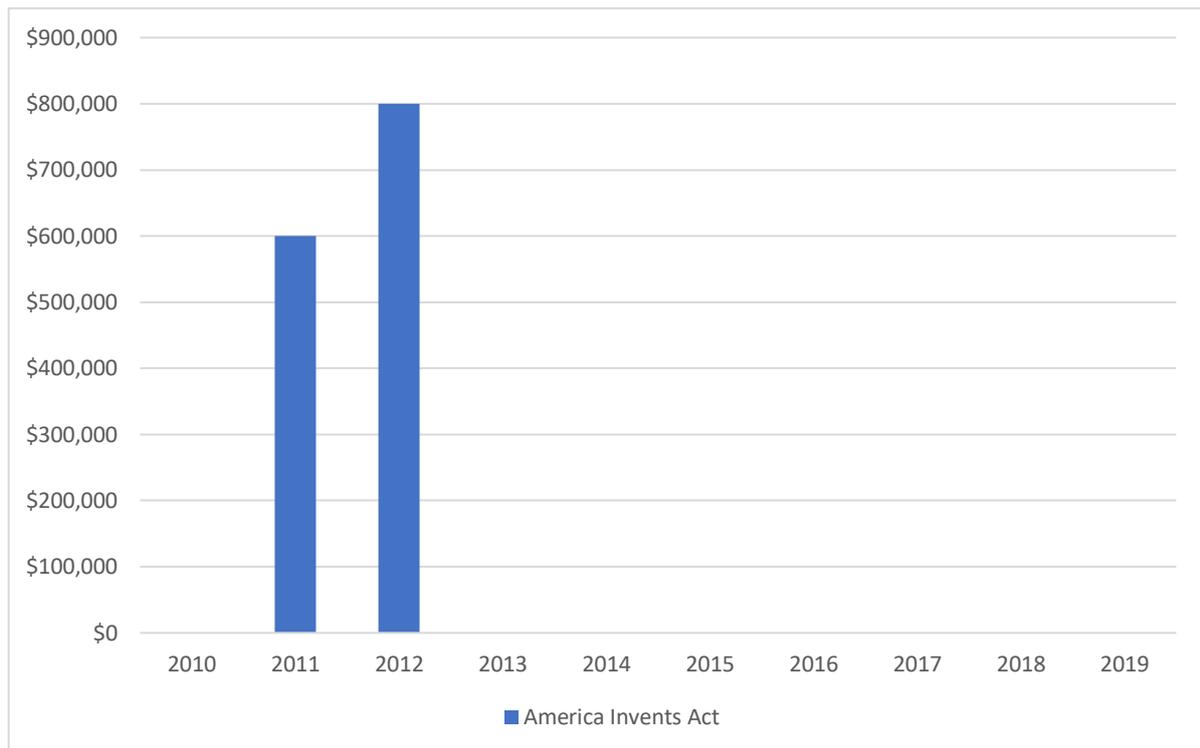


Figura 3.10 – Andamento delle spese in lobbying per l’America Invents Act

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org/>

L’“America Invents Act” è stato progettato per aiutare l’U.S. Patent and Trademark Office a ridurre l’enorme arretrato di domande di brevetto, che, secondo i funzionari dell’amministrazione, consentirà alle aziende di portare le innovazioni sul mercato più velocemente e di aumentare le assunzioni. Il cambiamento più importante che porterà questo disegno di legge, ed è uno dei motivi per i quali Google supporta fortemente l’“America Invents Act”, è il passaggio del sistema brevettuale statunitense dal principio “first-to-invent” al

principio “first-to-file”. Sono concetti giuridici che definiscono chi ha diritto alla concessione di un brevetto per un’invenzione. Il principio “first-to-invent” riconosce il copyright di una tecnologia ai reali inventori, mentre il principio “first-to-file” premia chi per primo deposita il brevetto presso le autorità competenti. Questo passaggio favorisce le grandi aziende come Google a discapito delle piccole imprese. Il disegno di legge, infatti, offre alle aziende high-tech un vantaggio nel garantirsi i brevetti perché possono permettersi di assumere team di avvocati brevettuali. In una dichiarazione, Google si esprimeva così in merito all’“America Invents Act”:

“Questo disegno di legge è un importante passo avanti per il sistema brevettuale della nazione e rappresenta il consenso tra molti stakeholder ed ha un ampio sostegno tra i vari settori. L’America Invents Act armonizzerà il sistema brevettuale americano e ci permetterà di continuare a competere sul mercato internazionale.”

Il 15 agosto 2011 Google ha acquisito Motorola Mobility per 12,5 miliardi di dollari. Quest’importante acquisizione strategica ha rafforzato il portfolio di brevetti dell’azienda ed ha aggiunto un motivo per cui sostenere l’“America Invents Act”. Inoltre, Google è una delle vittime più grandi e più importanti al mondo del sistema statunitense di tassazione dei brevetti, quindi fare pressione per migliorare le leggi sui brevetti sembra un modo ovvio di reagire.

3.4.8 FOSTA e SESTA

Durante il 115° Congresso degli Stati Uniti, Google ha fatto pressione su due disegni di legge che avevano come obiettivo quello di combattere il traffico sessuale online. Per il disegno di legge introdotto dalla Camera “Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act” (FOSTA) e per la versione del Senato “Stop Enabling Sex Traffickers Act” (SESTA), Google ha investito circa un milione e 300 mila dollari, come si evince in figura 3.11.

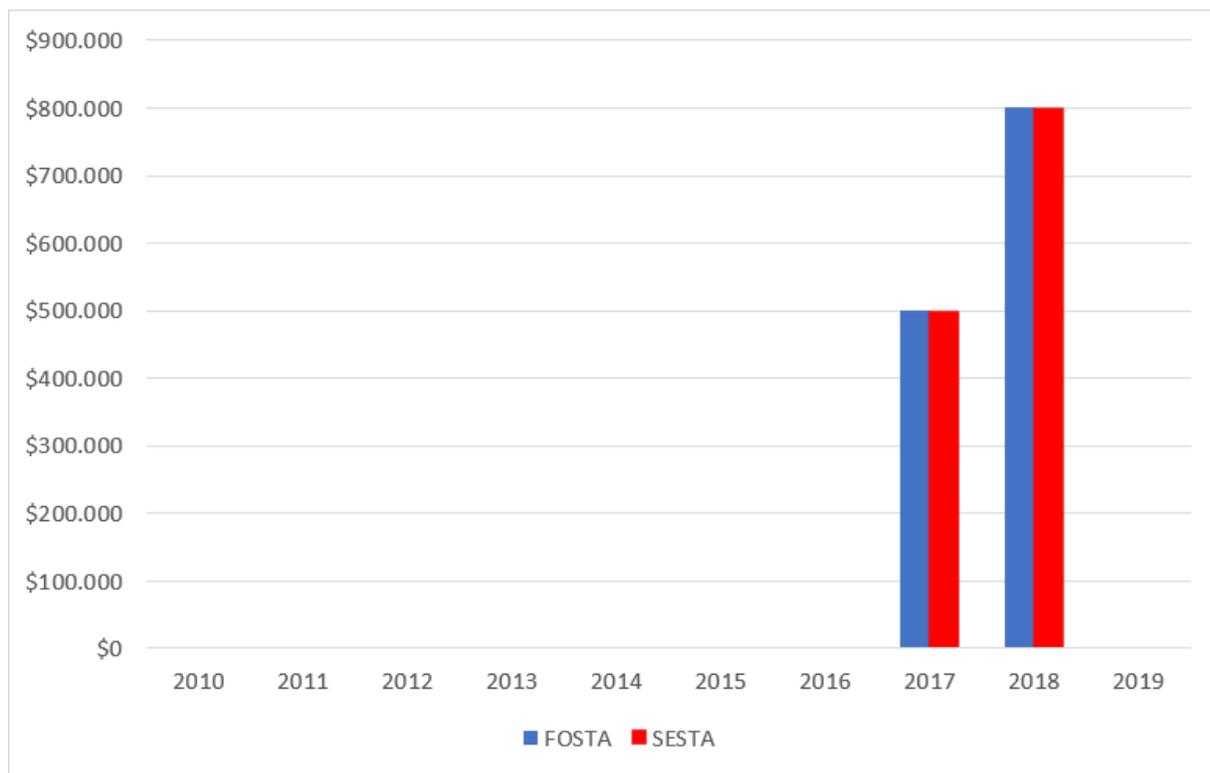


Figura 3.11 – Andamento delle spese in lobbying per il FOSTA e per il SESTA

Fonte: elaborazione dati da <https://www.opensecrets.org/>

I disegni di legge in questione avevano come obiettivo principale il sito “backpage.com”, accusato di aver consapevolmente facilitato il traffico sessuale di donne e ragazze vulnerabili. Backpage.com è stato lanciato nel 2004 come sito di annunci pubblicitari gratuiti, diventando ben presto il secondo sito di annunci online più grande degli Stati Uniti. Il sito includeva le varie categorie presenti nelle sezioni classificate sui giornali, comprese quelle che erano parte delle tradizioni della maggior parte dei settimanali alternativi. Questi includevano annunci personali (inclusi annunci personali per adulti), servizi per adulti, musicisti e servizi “New Age”. Fino al 9 gennaio 2017, Backpage aveva una sezione per adulti contenente diverse sottocategorie di vari lavori sessuali. L’azienda ha sospeso i suoi annunci per adulti a seguito delle accuse di una sottocommissione del Senato degli Stati Uniti di essere direttamente coinvolta nel traffico sessuale e nello sfruttamento sessuale dei minori. Backpage, però, ha invocato con successo il “Communications Decency Act” del 1996 e in particolare l’articolo 230. Questa norma, spesso accreditata di aver creato un ambiente di libertà di parola che ha permesso a Internet di prosperare, concede un’ampia immunità ai fornitori di servizi Internet per quanto riguarda i contenuti di terzi pubblicati sui siti degli stessi fornitori di servizi Internet. I siti web che volontariamente cercano di limitare contenuti osceni non sono responsabili ai

sensi dell'articolo 230 della legge. L'intento della legge è quindi quello di proteggere i siti web da responsabilità e cause legali, ogni volta che qualcuno pubblica nel sito qualcosa di discutibile. Per questo motivo Backpage è riuscito ad invocare con successo la legge, sostenendo che stava semplicemente ospitando contenuti discutibili, non creandoli. Le cause penali e le cause civili contro il sito sono state archiviate dai giudici, i quali hanno però invitato il Congresso a cambiare la legge.

Il Congresso ha accolto con piacere la richiesta e, durante il 115° Congresso degli Stati Uniti, vengono introdotti l'“Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act”, meglio noto come “FOSTA”, e lo “Stop Enabling Sex Traffickers Act” o “SESTA”. Inizialmente, Google e altri giganti di Internet come Facebook e Microsoft, si sono battuti duramente per bloccare le due nuove legislazioni, lanciando l'allarme su una potenziale violazione della libertà di parola online. In particolare, il FOSTA e il SESTA andrebbero a modificare l'articolo 230 del “Communications Decency Act” del 1996, che protegge i siti web dalla responsabilità per il materiale pubblicato da terzi, per eludere sia le azioni penali che le cause civili. Questo è il motivo per cui Google non vuole che la legge venga modificata. Innanzitutto, Google sostiene che il sito possa essere perseguito penalmente senza bisogno di introdurre alcuna legge. Secondo, Google difende l'articolo 230 definendolo come “la protezione giuridica di base per i servizi online”. E aggiunge: “Piuttosto che colpire i criminali, compresi i trafficanti e gli acquirenti delle vittime, la legislazione proposta avrebbe un impatto devastante sui servizi online legittimi senza avere un impatto significativo sulla cessazione dei reati di traffico sessuale”.

L'opposizione di Google e delle altre aziende di Internet al FOSTA e al SESTA ha suscitato molto clamore. Consumer Watchdog, un'organizzazione lobbista, afferma: “Il gigante di Internet Google, che rivendica il motto ‘Don't Be Evil’, si appoggia ai legislatori statunitensi per opporsi al disegno di legge che combatte i siti web che consentono il traffico online di minori a scopo di sfruttamento sessuale, e che finalmente permetterebbe alle vittime di ottenere giustizia da siti web disonesti come Backpage”.

Nicole S., la madre di un'adolescente trafficata su Backpage dichiara: “Google sta usando i suoi miliardi per impedire a famiglie come la nostra di ritenere responsabili siti web come Backpage. Questo mostra solo come le grandi aziende preferiscano sostenerli e salvare la loro sezione 230 insieme ai propri interessi, piuttosto che vedere un Internet più sicuro”.

All'inizio del 2018, però, Google e gli altri giganti di Internet sembrano aver cambiato idea. L'Associazione Internet, di cui Google fa parte, sostiene ora le proposte di legge FOSTA e SESTA, che punirebbero esplicitamente i siti online che facilitano lo sfruttamento, dopo che i legislatori hanno modificato i disegni di legge per proteggere i siti innocenti da accuse penali e azioni legali. In una dichiarazione riguardo al SESTA si legge: "L'Associazione Internet è impegnata nella lotta contro lo sfruttamento sessuale e il traffico sessuale online e sostiene il SESTA. Le importanti modifiche apportate a SESTA garantiranno alle vittime la capacità di ottenere la giustizia che meritano e consentiranno alle piattaforme Internet di continuare il loro lavoro nella lotta contro il traffico di esseri umani". Google crede che il disegno di legge così presentato porti a un maggiore equilibrio tra sicurezza e libertà. Le modifiche apportate al SESTA e al FOSTA sembrano quindi essere il motivo principale del cambiamento di rotta, anche se molti sostengono che Google l'abbia fatto per non rovinare l'immagine dell'azienda, date le accuse precedentemente citate.

Alla fine di marzo 2018 e all'inizio di aprile 2018, i tribunali del Massachusetts e della Florida hanno affermato che la facilitazione di Backpage per il traffico a scopo di sfruttamento sessuale non rientra nell'immunità concessa dall'articolo 230. Quest'ultima sentenza ha sostenuto che, poiché Backpage "ha materialmente contribuito al contenuto della pubblicità" censurando specifiche parole chiave, è diventato un editore di contenuti e quindi non più protetto.

3.4.9 USA Freedom Act

Per l'"USA Freedom Act", Google in soli due anni ha investito un milione e 200 mila dollari. È importante notare che l'azienda ha fatto lobbying per questo disegno di legge a cavallo tra due Congressi, come si può osservare nella figura 3.12. I primi 800 mila dollari, infatti, sono stati spesi durante la seconda sessione del 115° Congresso (il quale inizia nel 2013), mentre gli altri 400 mila Google li ha investiti nella prima sessione del 116° Congresso.

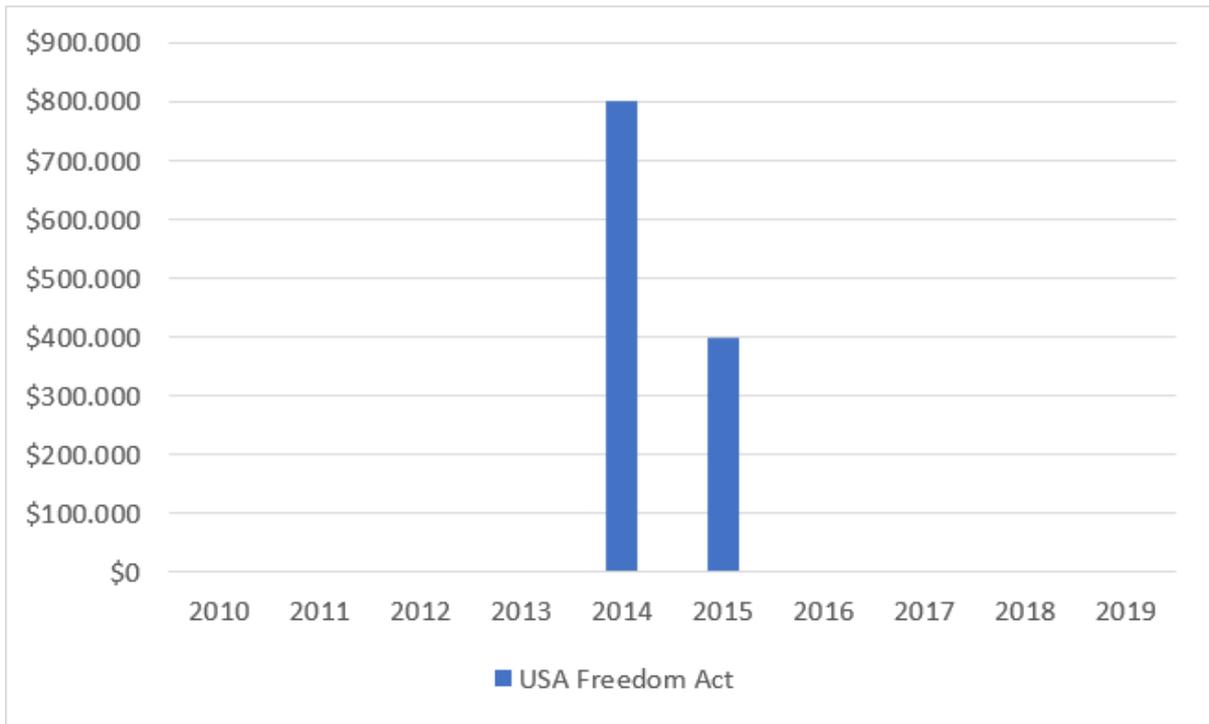


Figura 3.12 – Andamento delle spese in lobbying per l’USA Freedom Act

Fonte: elaborazione dati da <https://www.congress.gov/>

Sebbene l’“USA Freedom Act” sia stato introdotto la prima volta nel 2013, l’attività di lobbying di Google inizia nel 2014 quando, insieme ad Apple e ad altre aziende coinvolte nella divulgazione dei programmi di sorveglianza della National Security Agency, ha chiesto al Senato di sostenere il disegno di legge in una lettera aperta. “Questa settimana il Senato ha l’opportunità di votare sul bicamerale ‘USA Freedom Act’. Vi esortiamo ad approvare il disegno di legge, che protegge la sicurezza nazionale e riafferma l’impegno dell’America per le libertà che tutti amiamo. La legislazione impedisce la raccolta in massa di metadati Internet da parte di varie autorità. Il disegno di legge consente inoltre la trasparenza sulle richieste governative per le informazioni degli utenti da parte delle aziende tecnologiche e assicura che siano in atto adeguati meccanismi di controllo e responsabilità. Dalla formazione della coalizione Reform Government Surveillance lo scorso anno, le nostre aziende hanno continuato a investire nel rafforzamento della sicurezza dei nostri servizi e nell’aumento della trasparenza. Ora, il Senato ha l’opportunità di inviare un forte messaggio per cambiare il mondo e incoraggiare altri paesi a adottare protezioni simili”, si legge nella lettera.

È facile capire perché le aziende tecnologiche vorrebbero che l'“USA Freedom Act” passasse. Oltre a bloccare la raccolta di massa di metadati, il disegno di legge consentirebbe alle aziende di essere più trasparenti in merito alle richieste di dati del governo, il che è ciò che le aziende tecnologiche ricercano da un anno. Infatti, una cosa che è cambiata nell'ultimo anno è che le aziende tecnologiche stanno rivelando di più sulle richieste che ricevono dal governo. Ma queste richieste sono aumentate. A settembre, Google ha riferito che la domanda di dati degli utenti nelle indagini penali statunitensi è aumentata del 19% nella prima metà del 2014 rispetto ai sei mesi precedenti. L'aumento totale rispetto ai sei mesi del 2009, quando Google ha iniziato a tracciare queste informazioni, è stato del 250%.

Susan Molinari, l'allora vicepresidente di Google per le Public Policy and Governments Relations, ha definito il disegno di legge un passo importante per far progredire gli obiettivi della coalizione Reform Government Surveillance di cui l'azienda fa parte, dichiarando: “Sebbene l' ‘USA Freedom Act’ non affronta l'intera gamma di riforme che il Congresso dovrebbe intraprendere, esso rappresenta un primo passo significativo sulla più ampia riforma della sorveglianza governativa”. La coalizione Reform Government Surveillance è stata fondata nel 2013 in seguito alla fuga di notizie sulla raccolta dati della National Security Agency, e i suoi membri includono: Google, Microsoft, Apple, Facebook, Yahoo, LinkedIn, Dropbox, Twitter e Verizon. Sul sito ufficiale si legge: “I leader mondiali hanno la responsabilità di proteggere la sicurezza dei loro cittadini e riconosciamo che devono affrontare molte sfide per raggiungere questo obiettivo. Allo stesso tempo, i nostri utenti in tutto il mondo hanno riposto la loro fiducia in noi per proteggere la privacy e la sicurezza dei loro dati. La coalizione Reform Government Surveillance esorta i governi di tutto il mondo a adottare leggi e pratiche di sorveglianza che siano coerenti con le norme stabilite in materia di privacy, libera espressione e stato di diritto.”¹¹

¹¹ Reform Government Surveillance, <https://www.reformgovernmentsurveillance.com/>

3.5 Risultati

Prima di partire con la nostra analisi, è importante descrivere gli stati in cui un disegno di legge può trovarsi durante il suo percorso legislativo, dalla nascita alla sua conferma eventuale, riassunti dalla figura 3.13:

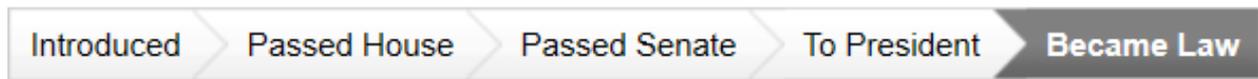


Figura 3.13 – Stati di un disegno di legge durante il percorso legislativo

Fonte: <https://www.congress.gov/>

Inoltre, è importante sottolineare che se un disegno di legge non viene promulgato entro la fine del Congresso nel quale è stato introdotto, esso viene cancellato e si dice che “muore” nel Congresso.

In questa sezione analizzeremo i risultati che Google Inc. è riuscito ad ottenere dalla sua attività di lobbying. Andremo a vedere lo stato attuale in cui si trovano i disegni di legge precedentemente studiati e il loro percorso legislativo negli anni. Prima, però, per ciascuno di essi, descriveremo brevemente i traguardi più importanti che Google è riuscito a raggiungere.

- **Electronic Communications Privacy Act Amendments Act:**

Grazie alle pressioni esercitate da Google a marzo 2010, il Senato introduce per la prima volta l’“Electronic Communications Privacy Act Amendments Act of 2011” con il numero S. 1011 il 17 marzo 2011. Purtroppo, non viene considerata entro la fine del 112° Congresso. Google continua a fare lobbying sulla legge riuscendo a farla reintrodurre il 25 aprile 2013, durante il 113° Congresso, con il numero S. 607. Una Commissione ha votato per presentare una relazione all’intero Senato, esortandolo a riesaminare il progetto di legge. Anche in questo caso la legislazione non è stata considerata ulteriormente e non ha passato il Congresso. Google, a gennaio 2015 scrive una lettera al Senato per sollecitare una rapida considerazione dell’“ECPA Amendments Act”, sottolineando che si aspetta che venga introdotto nelle prossime settimane. Questa pressione porta il Senato ad introdurre l’“Electronic Communications Privacy Act Amendments Act of 2015” con il numero S. 356 il 4 febbraio

2015, durante il 114° Congresso. A settembre 2015, Google continua la sua attività di lobbying affermando di supportare fortemente la S. 356 e facendo notare alla Commissione Giudiziaria del Senato che la legge ha attualmente 23 sostenitori, e che la sua “compagna” della Camera ne ha ben 292, più di qualsiasi altra legge pendente al Congresso. Sottolinea, quindi, che vi sia un forte interesse nell’allineare l’ECPA con il Quarto Emendamento e le ragionevoli aspettative degli utenti in materia di privacy. L’S.356 viene considerata ben tre volte dalla Commissione Giudiziaria del Senato, attraverso degli *hearings* sul disegno di legge a maggio (due volte) e a giugno 2016. Nonostante ciò, la legislazione non è stata promulgata entro la fine del Congresso ed è stata quindi cancellata.

- **Email Privacy Act**

La Camera dei Rappresentanti introduce per la prima volta l’“Email Privacy Act” con il numero H.R. 1852 il 7 maggio 2013, durante il 113° Congresso. Purtroppo, dopo essere stata assegnata alla Commissione Giudiziaria della Camera, non ha mai ricevuto una votazione ed è “morta” nel Congresso. Il disegno di legge viene reintrodotta il 4 febbraio 2015 con il numero H.R. 699. A dicembre dello stesso anno, Google esprime il suo supporto alla legge durante un *hearing* della Commissione Giudiziaria della Camera, affermando che al momento l’“Email Privacy Act” ha ben 304 sostenitori (a settembre ne aveva 292). La Commissione, ad aprile 2016, presenta così all’intera Camera una relazione sul disegno di legge, raccomandando che venga ulteriormente esaminato. Google, sebbene il progetto di legge presentato dalla Commissione non realizzi tutte le riforme che aveva sperato di ottenere, chiede alla Camera l’immediato passaggio senza ulteriori emendamenti che indebolirebbero le protezioni previste dal disegno di legge. A seguito di tali pressioni, la legislazione viene approvata all’unanimità dalla Camera il 27 aprile 2016, ma non viene considerata dal Senato entro la fine del Congresso. Secondo Google, come aveva previsto, ciò è stato causato dal fatto che quando il disegno è passato al Senato, due senatori hanno aggiunto alcune modifiche che hanno portato alla scadenza del disegno di legge. L’“Email Privacy Act” viene reintrodotta dalla Camera con il numero H.R. 387 il 9 gennaio 2017, durante il 115° Congresso. Google rinnova il suo supporto al disegno di legge attraverso continue attività di lobbying. Dopo neanche un mese dalla sua introduzione, esattamente il 6 febbraio 2017, l’“Email Privacy Act” viene approvato nuovamente dalla Camera dei Rappresentanti con un voto unanime. Come per la sua versione precedente, anche l’H.R. 387 non ha passato l’approvazione del Senato, che l’ha fatta così scadere.

- **Innovation Act e Patent Transparency and Improvements Act**

L'“Innovation Act” viene introdotto la prima volta il 23 ottobre 2013, con il numero H.R. 3309. Prima di essere considerato dalla Commissione Giudiziaria della Camera dei Rappresentanti, Google ha scritto una lettera ai membri della Commissione cercando di convincerli a far approvare il disegno. “Supportiamo fortemente l’H.R. 3309 e incoraggiamo tutti i membri del Congresso a votare per questo importante disegno di legge”, si legge nella lettera. Pochi giorni dopo, la Camera approva l’“Innovation Act” all’unanimità, venendo anche elogiata da Google che si congratula per gli sforzi compiuti. Purtroppo, la proposta non verrà mai considerata dal Senato. Durante il 114° Congresso, esattamente il 5 febbraio 2015, il disegno di legge viene reintrodotta con il numero H.R. 9. Dopo essere stato riportato dalla Commissione Giudiziaria della Camera, e prima di essere considerato dalla Camera intera, Google rinnova il supporto al disegno di legge definendolo “un passo positivo nella giusta direzione per la nostra economia”.

- **Cyber Intelligence Sharing and Protection Act**

Il “Cyber Intelligence Sharing and Protection Act” è stato introdotto la prima volta dalla Camera dei Rappresentanti il 30 novembre 2011, con il numero H.R. 3523. Google ha lavorato con i membri della Camera per rendere il disegno di legge appetibile per le aziende tecnologiche, supportandolo con azioni di lobbying, ma senza uscire allo scoperto. Il 26 aprile 2012 viene approvato dalla Camera, ma non riesce a passare le votazioni del Senato. Viene reintrodotta in una forma leggermente modificata con il numero H.R. 624 durante il Congresso successivo. Tentando ancora una volta di far approvare il disegno di legge dalla Camera, Google scrive una lettera alla Commissione in cui la elogia per aver offerto una protezione della responsabilità alle società che si scambierebbero dati nell'ambito del CISPA e per aver compiuto uno sforzo per rafforzare la protezione della privacy nella legislazione. Con una maggioranza di 288 voti contro 127, il disegno di legge viene nuovamente approvato dalla Camera. Sebbene dovesse essere ancora votato dal Senato, il Presidente Obama aveva già annunciato che avrebbe posto il veto. A causa di ciò, il disegno di legge non verrà più preso in considerazione entro la fine del Congresso.

- **Cybersecurity Enhancement Act**

Dopo meno di un mese da quando Google ha rivelato di essere stato il bersaglio di vari attacchi informatici provenienti dalla Cina, la Camera dei Rappresentanti ha approvato per la prima il “Cybersecurity Enhancement Act”. Il disegno di legge verrà reintrodotta nel 2013 con il numero S. 1353 e l’anno successivo verrà promulgato in legge in breve tempo.

- **PIPA e SOPA**

Il “Protect Intellectual Property Act” e lo “Stop Online Piracy Act” sono stati introdotti la prima volta rispettivamente a maggio e ad ottobre 2011. Fin da subito, Google e altre aziende tecnologiche hanno formato un fronte unico per combattere le due proposte di legge. Verso la fine del 2011 pubblicano un annuncio sul New York Times, nel quale espongono le loro preoccupazioni secondo cui “le leggi, così come sono state scritte, esporrebbero le società statunitensi di Internet e tecnologiche a nuove e incerte responsabilità, diritti d’azione privati e mandati tecnologici che richiederebbero un monitoraggio dei siti web”. Il non visibile successo di questa campagna porta, all’inizio del 2012, a una giornata di protesta da parte di molti siti web per attirare l’attenzione sui due disegni di legge. Google, ad esempio, ha censurato con una barra nera il logo nella sua iconica homepage e ha anche sponsorizzato una petizione anticensura. Chiunque abbia tentato di sfogliare Wikipedia, Reddit o uno degli oltre 7.000 siti web è stato accolto con il messaggio di un blackout autoimposto. Dopo qualche ora dall’inizio della protesta, Washington ha reagito. Uno dei co-sponsorizzatori del PIPA, infatti, annuncia di non essere più a favore della legge. Più tardi, anche un Senatore del Texas si tira fuori dalla questione. Questo porta a far scendere entrambi i disegni di legge. Google e la sua protesta hanno quindi reso un grande servizio a tutti, e la rapida reazione dei legislatori dimostra quanta influenza possa esercitare l’azienda.

- **SELF DRIVE Act e AV START Act**

Il “SELF DRIVE Act” viene introdotto al 116° Congresso dalla Camera dei Rappresentanti con il numero H.R. 3388. Grazie alle pressioni esercitate da Google, il disegno viene approvato all’unanimità dalla Camera a settembre 2017. In una dichiarazione rilasciata dall’azienda, nella quale Google elogia la Camera per aver approvato la legislazione, si legge: “Siamo grati per la leadership bicamerale della Commissione per l’Energia e il Commercio della Camera dei

Rappresentanti sul SELF DRIVE Act, e vogliamo continuare a lavorare con i membri della Camera e del Senato per emanare una legislazione sui veicoli autoguidati che aumenti la sicurezza, crei nuove opportunità di mobilità e faciliti l'innovazione". Il disegno di legge passa ora al Senato, che discuterà di come i veicoli autoguidati influiranno su tutto, dai posti di lavoro alla congestione. Se venisse approvato, potrebbe diventare la prima legge nazionale per le auto che si guidano da sole negli Stati Uniti.

- **America Invents Act**

L'“America Invents Act” viene introdotto durante il 112° Congresso con il numero H.R. 1249 a maggio 2011 e approvato un mese dopo dalla Camera dei Rappresentanti. Google, a seguito dell'approvazione da parte anche del Senato, scrive in una lettera proprio al Senato: “Dopo anni di sforzi, entrambe le Camere del Congresso hanno finalmente passato con successo la riforma dei brevetti con margini impressionanti. A nome della comunità high tech, ci congratuliamo con Voi e con i vostri colleghi della Camera per questo risultato. Sosteniamo l'accettazione da parte del Senato dell'H.R. 1249 così come è stato approvato dalla Camera. Sebbene la legge non sia come l'avremmo scritta noi, riteniamo che rappresenti la migliore opportunità per migliorare il sistema dei brevetti in questo momento. Siamo anche consapevoli del fatto che i leader della Camera hanno lavorato molto duramente per tenere conto delle opinioni del Senato durante le loro deliberazioni. H.R. 1249, così come è stato approvato, ci offre una possibilità di consenso e crediamo che dovrebbe essere firmato in legge. Siamo ansiosi di portare avanti altre questioni politiche che promuovono l'innovazione e la crescita in questo paese.” Il 16 settembre 2011 viene firmato dal Presidente e promulgato in legge.

- **FOSTA e SESTA**

Grandi aziende tecnologiche come Google e Facebook si sono inizialmente dichiarate contrarie alle proposte di legge, affermando che avrebbero creato un'enorme responsabilità per i contenuti che semplicemente non potevano controllare. Le forze dell'ordine e i gruppi antitraffico degli esseri umani hanno condotto una campagna efficace a sostegno delle leggi, che ha fatto probabilmente cambiare idea a Google e alle altre aziende, le quali hanno annunciato il loro supporto alle leggi. Alcuni critici sostengono che l'appoggio di Google sia arrivato perché potrebbe avere il budget necessario per sopravvivere all'aumento di contenziosi e responsabilità che il FOSTA e il SESTA porterebbero, mentre le piccole aziende no. I disegni

di legge favoriscono la grande ruota del mondo della tecnologia, lasciando i giganti affermati da soli al vertice. Con l'appoggio di Google arrivato verso novembre 2017, il FOSTA è stato subito considerato dalla Commissione della Camera. Ha proseguito il suo percorso venendo riportato sempre dalla Commissione e arrivando all'approvazione da parte della Camera a febbraio 2018. A marzo 2018 ha superato anche il Senato con una votazione di 97 a 2 senza emendamenti, il che significa che poteva essere immediatamente promulgato, cosa che alla fine avviene l'11 aprile 2018.

- **USA Freedom Act**

L'“USA Freedom Act” viene introdotto la prima volta durante il 113° Congresso, con il numero H.R. 3361. La campagna di lobbying condotta da Google porta a fare approvare il disegno di legge dalla Camera dei Rappresentanti l'anno successivo. A quel punto Google chiede al Senato di appoggiare la legge attraverso una lettera aperta, in cui si legge: “Questa settimana il Senato ha l'opportunità di votare sul bicamerale USA Freedom Act . Vi esortiamo ad approvare il disegno di legge, che protegge la sicurezza nazionale e riafferma l'impegno dell'America per le libertà che tutti amiamo. È giunto il momento di procedere ad un cambiamento significativo dei nostri programmi di sorveglianza”. Gli sforzi compiuti da Google danno dei risultati al Congresso successivo, dove l'“USA Freedom Act” diventa finalmente legge.

La tabella 3.3 che segue, come dicevamo, mostra il percorso legislativo negli anni di ogni disegno di legge, insieme all'ultimo stato in cui si trovano.

Titolo legge	Storia	Ultimo stato
Electronic Communications Privacy Act Amendments Act	<p>May 17, 2011 ● Introduced as S. 1011</p> <p>March 19, 2013 ● Reintroduced as S. 607</p> <p>February 4, 2015 ● Reintroduced as S. 607</p> <p>May 19, 2016 ● Considered by Senate Committee</p> <p>May 26, 2016 ● Considered by Senate Committee</p> <p>June 9, 2016 ● Considered by Senate Committee</p> 	Introduced
Email Privacy Act	<p>May 7, 2013 ● Introduced as H.R. 1852</p> <p>February 4, 2015 ● Reintroduced as H.R. 699</p> <p>December 1, 2015 ● Considered by House Committee</p> <p>April 26, 2016 ● Reported by House Committee</p> <p>April 27, 2016 ● Passed House</p> <p>January 9, 2017 ● Reintroduced as H.R. 387</p> <p>February 6, 2017 ● Passed House</p> 	Passed House
Innovation Act	<p>October 23, 2013 ● Introduced as H.R. 3309</p> <p>December 5, 2013 ● Passed House</p> <p>February 5, 2015 ● Reintroduced as H.R. 9</p> <p>April 14, 2015 ● Considered by House Committee</p> <p>July 29, 2015 ● Reported by House Committee</p> <p>February 25, 2016 ● Considered by Senate Committee</p> 	Introduced

<p>Patent Transparency and Improvements Act</p>	<p>November 18, 2013 March 27, 2014 May 8, 2014</p>	 <p>Introduced as S. 1720 Considered by Senate Committee Considered by Senate Committee</p>	<p>Introduced</p>
<p>Cyber Intelligence Sharing and Protection Act</p>	<p>November 30, 2011 April 26, 2012 February 13, 2013 April 18, 2013</p>	 <p>Introduced as H.R. 3523 Passed House Reintroduced as H.R. 624 Passed House</p>	<p>Passed House</p>
<p>Cybersecurity Enhancement Act</p>	<p>June 2, 2011 April 27, 2012 July 24, 2013 December 11, 2014 December 11, 2014 December 18, 2014</p>	 <p>Introduced as H.R. 2096 Passed House Reintroduced as S. 1353 Passed Senate Passed House Enacted - Signed by the President</p>	<p>LAW</p>
<p>Stop Online Piracy Act</p>	<p>October 26, 2011</p>	 <p>Introduced as H.R. 3261</p>	<p>Introduced</p>
<p>Protect Intellectual Property Act</p>	<p>May 12, 2011</p>	 <p>Introduced as S. 968</p>	<p>Introduced</p>

SELF DRIVE Act	<p>July 25, 2017 ● Introduced as H.R. 3388</p> <p>September 5, 2017 ● Reported by House Committee</p> <p>September 6, 2017 ● Passed House</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	Passed House
AV START Act	<p>September 28, 2017 ● Introduced as S. 1885</p> <p>November 28, 2017 ● Reported by Senate Committee</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	Introduced
America Invents Act	<p>March 30, 2011 ● Introduced as H.R. 1249</p> <p>June 23, 2011 ● Passed House</p> <p>September 8, 2011 ● Passed Senate</p> <p>September 16, 2011 ● Enacted - Signed by the President</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	LAW
Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act	<p>April 3, 2017 ● Introduced as H.R. 1865</p> <p>November 30, 2017 ● Considered by House Committee</p> <p>February 20, 2018 ● Reported by House Committee</p> <p>February 27, 2018 ● Passed House</p> <p>March 21, 2018 ● Passed Senate</p> <p>April 11, 2018 ● Enacted - Signed by the President</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	LAW
Stop Enabling Sex Traffickers Act	<p>August 1, 2017 ● Introduced as S. 1693</p> <p>September 19, 2017 ● Considered by Senate Committee</p> <p>January 10, 2018 ● Reported by Senate Committee</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	Introduced

USA Freedom Act	October 29, 2013	●	Introduced as H.R. 3361	LAW
	May 22, 2014	●	Passed House	
	June 5, 2014	●	Considered by Senate Committee	
	April 28, 2015	●	Reintroduced as H.R. 2048	
	May 8, 2015	●	Reported by House Committee	
	May 13, 2015	●	Passed House	
	June 2, 2015	●	Passed Senate	
	June 2, 2015	●	Enacted - Signed by the President	

Tabella 3.3 – Percorso legislativo e ultimo stato delle leggi analizzate

Fonte: <https://www.govtrack.us/>

CONCLUSIONI

Alla luce di quanto appena discusso si possono trarre diverse conclusioni.

Dall'analisi effettuata nei capitoli precedenti, si può dedurre che gli obiettivi principali della strategia di lobbying di Google siano più legati al raggiungimento di scopi personali piuttosto che a quelli della comunità. Facendo approvare l'“America Invents Act”, ad esempio, il sistema nazionale dei brevetti è passato dal principio “first-to-invent”, che riconosceva il copyright di una tecnologia ai reali inventori, al principio “first-to-file”, che premia invece chi per primo deposita il brevetto presso le autorità competenti. Questo passaggio favorisce le grandi aziende come Google a discapito delle piccole imprese. Un altro esempio lo troviamo nell'iniziale opposizione verso l'“Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act” e lo “Stop Enabling Sex Traffickers Act”, i due disegni di legge che avevano lo scopo di bloccare il traffico sessuale di ragazze, ragazzi e adulti online. Google, infatti, pensava più a non fare apportare modifiche all'articolo 230 del “Communications Decency Act”, sostenendo che fosse la protezione giuridica di base per i servizi online. Anche una questione importante come combattere la violazione dei copyright non ha ricevuto il supporto di Google. Le due proposte di legge “Stop Online Piracy Act” e “Protect Intellectual Property Act”, secondo l'azienda, l'avrebbero esposta a maggiori responsabilità legate al monitoraggio dei siti web e dei social media. La strategia di lobbying di Google mira anche a evitare problemi legali che potrebbero intralciare la sua crescita. Ecco il motivo del supporto al “Cyber Intelligence Sharing and Protection Act”: condividere i dati dei propri utenti con le agenzie governative, in caso di attacco informatico straniero, senza timore di essere portata in tribunale per questioni di privacy. Google, però, come dimostrato dagli investimenti effettuati a riguardo, tiene anche alla privacy dei propri utenti. È la questione per la quale si è battuta di più negli ultimi anni: allineare l'“Electronic Communications Privacy Act” del 1986 con il Quarto Emendamento e le attuali aspettative degli utenti in materia di privacy.

Per vedere effettivamente quanto sia stata efficace l'attività di lobbying di Google possiamo osservare il grafico in figura 4.1, che riassume gli ultimi stati che i disegni di legge analizzati nel capitolo precedente hanno raggiunto durante il loro percorso legislativo.

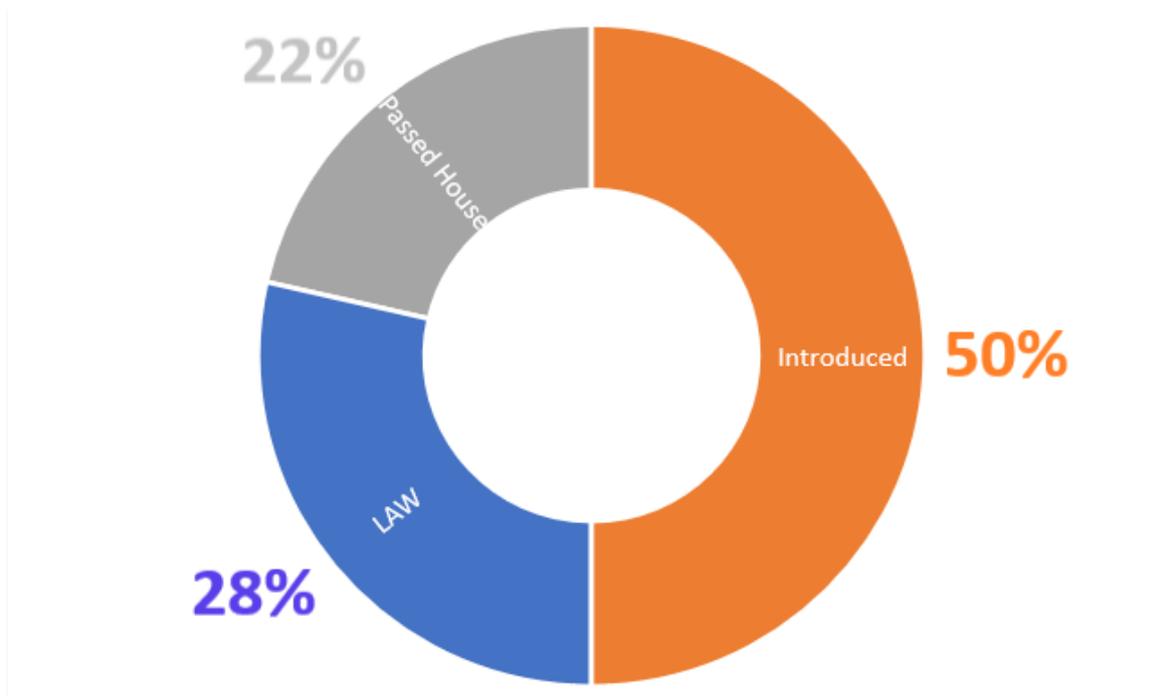


Figura 4.1 – Ultimo stato dei disegni di legge analizzati

Fonte: grafico elaborato dall'autore

Come si può notare, il 50% dei disegni di legge analizzati non ha superato lo step dell'introduzione. Il 22% di questi sono stati approvati dalla Camera e solamente il 28% ha raggiunto l'effettiva promulgazione. Anche se a prima vista può non sembrare, si tratta in realtà di un ottimo risultato Google. Infatti, ogni anno vengono introdotti al Congresso migliaia di progetti di legge, ma solo una piccola percentuale di essi diventa effettivamente legge. Quando il 112° Congresso (2011-2012) si è concluso, solo 284 disegni di legge sui 12.299 introdotti sono stati promulgati, ovvero solamente il 2%, facendolo passare alla storia come il meno produttivo di sempre. In generale, una media di circa 10.000 disegni di legge vengono introdotti ogni anno. Di questi, circa il 5% diventa legge. Considerando ciò, l'attività di lobbying di Google analizzata in questa tesi è stata piuttosto efficace. Anche se per i disegni di legge nei quali ha investito di più, l'"ECPA Amendments Act" e l'"Email Privacy Act", Google non è riuscito a raggiungere i suoi obiettivi, è riuscito comunque a farli introdurre per tre Congressi consecutivi. L'"Email Privacy Act" ha passato l'approvazione della Camera in ben due di questi. È piuttosto probabile che nei prossimi anni Google riesca finalmente a far passare la riforma dell'Electronic Communications Privacy Act.

L'influenza politica che Google riesce ad esercitare al Congresso degli Stati Uniti è dovuta anche al fatto che l'azienda, dal 2012, occupa stabilmente le prime posizioni in termini di investimenti in lobbying tra le aziende più influenti del settore tecnologico. La spesa in lobbying di Google si colloca ora alla pari con le più grandi società statunitensi attive a Washington. Il grafico in figura 4.2 mostra proprio l'ascesa di Google nella classifica delle aziende che spendono di più in lobbying. Come possiamo osservare, in soli dieci anni, l'azienda è passata dal 202° posto nel 2005 fino al secondo posto nel 2012 e addirittura al primo nel 2014.

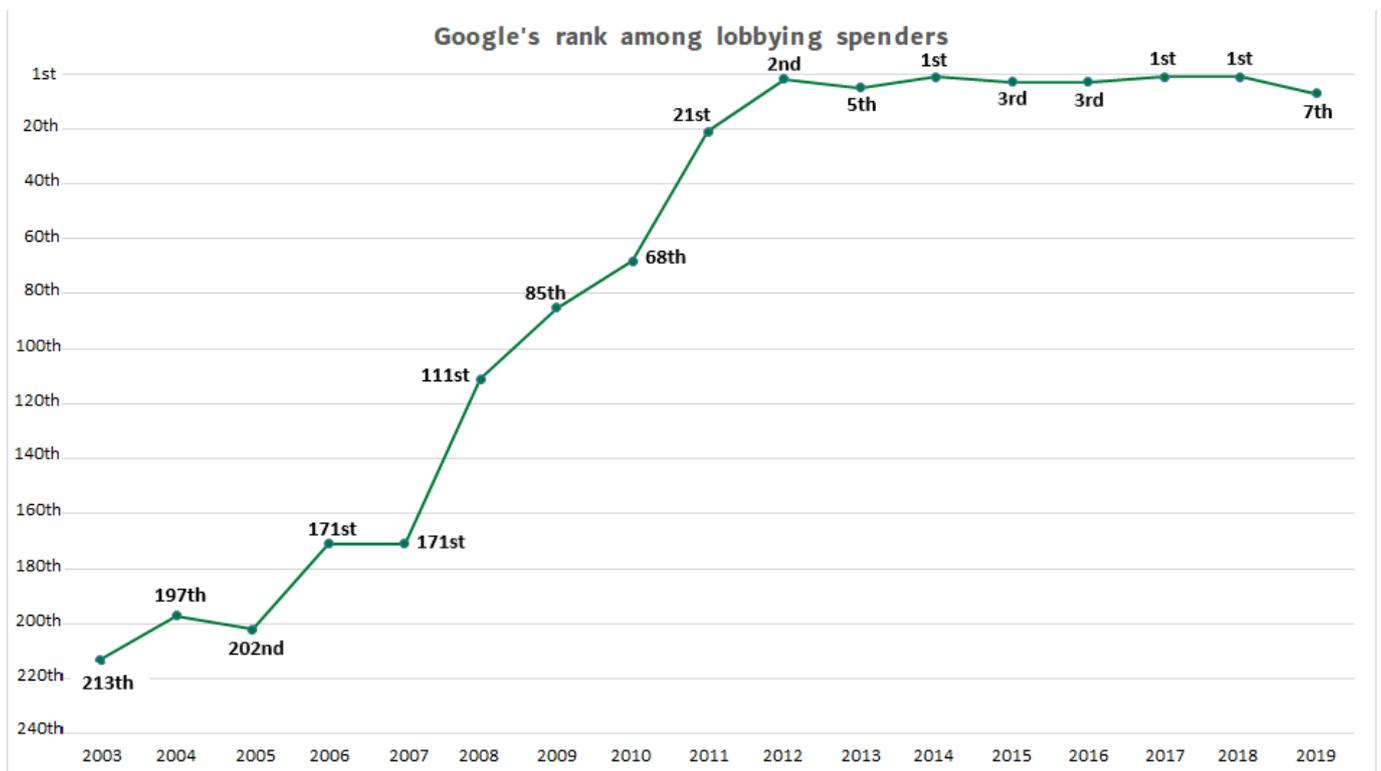


Figura 4.2 – Posizioni occupate da Google nella classifica delle aziende che spendono di più in lobbying

Fonte: -dal 2012 dati elaborati da <https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/top-spenders>
 -fino al 2012 da https://www.washingtonpost.com/politics/how-google-is-transforming-power-and-politicsgoogle-once-disdainful-of-lobbying-now-a-master-of-washington-influence/2014/04/12/51648b92-b4d3-11e3-8cb6-284052554d74_story.html

Grazie agli enormi investimenti nel lobbying, Google riesce a far evolvere il settore legislativo nella direzione voluta, creando così le basi per una sua continua crescita e per la creazione di regole da cui potrà trarre vantaggio anche in futuro.

BIBLIOGRAFIA

- Center for Responsive Politics. Disponibile: <https://www.opensecrets.org/>
- Congress.gov. Disponibile: <https://www.congress.gov/>
- Govtrack. Disponibile: <https://www.govtrack.us/>
- Wired. (2019) *How Google Influences the Conversation in Washington*. Disponibile: <https://www.wired.com/story/how-google-influences-conversation-washington/>
- The Guardian. (2015) *Google under scrutiny over lobbying influence on Congress and White House*. Disponibile: <https://www.theguardian.com/us-news/2015/dec/18/google-political-donations-congress>
- The Guardian. (2014) *Facebook, Google and Apple lobby for curb to NSA surveillance*. Disponibile: <https://www.theguardian.com/technology/2014/nov/17/facebook-google-apple-lobby-senate-nsa-surveillance>
- Wikipedia. (2019) *First to file and first to invent*. Disponibile: https://en.wikipedia.org/wiki/First_to_file_and_first_to_invent
- Wikipedia. (2019) *Google (azienda)*. Disponibile: [https://it.wikipedia.org/wiki/Google_\(azienda\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Google_(azienda))
- Wikipedia. (2019) *Backpage*. Disponibile: <https://en.wikipedia.org/wiki/Backpage>
- (March 30, 2010 Tuesday) Coalition Calls For Update To Electronic Communications Privacy Act. *RTT News (United States)* (Ultimo accesso: 08/10/2019)
- (2015) Senate Judiciary Committee Hearing: 6]. *Congressional Documents and Publications*. (Ultimo accesso: 30/09/2019)
- (June 2, 2013 Sunday) Anyone Can Read Your Old Emails: It's The Law! *Federal NewsFeed Shelly Palmer Digital Living*. (Ultimo accesso: 30/10/2019)
- (February 8, 2017 Wednesday) U.S. House passes Email Privacy Act for a second time. *Digital Journal*. (Ultimo accesso: 21/10/2019)
- (July 17, 2018 Tuesday) Coalition Letter in Support of Email Privacy Act. *Institute For Policy Innovation*. (Ultimo accesso: 21/10/2019)
- Huffpost. (2018) *Passing The Email Privacy Act Has Never Been More Urgent*. Disponibile: https://www.huffpost.com/entry/passing-the-email-privacy-act-has-never-been-more-urgent_b_589a252fe4b02bbb1816c07c
- (September 16, 2011 Friday) Obama signs, touts patent reform law. *Politico.com*. (Ultimo accesso: 31/10/2019)

- Google Blog. (2011) *When patents attack Android*. Disponibile: <https://googleblog.blogspot.com/2011/08/when-patents-attack-android.html>
- Boulton C (August 04, 2011 Thursday) Google's Crying Patent Foul Is a Classic Misdirection; Google comes out swinging versus Microsoft, Apple and other holders of patents on which Android allegedly infringes. The company is using the broken patent system to mask its transgressions, according to John Gruber. *eWeek.com*. (Ultimo accesso: 31/10/2019)
- Levin M (September 13, 2018 Thursday) Safety Would Take a Back Seat if Senate Passes Bill on Driverless Cars, Critics Say. *FairWarning*. (Ultimo accesso: 23/10/2019)
- Staff (April 24, 2012 Tuesday) Google acknowledges lobbying on cybersecurity bill. *The Hill*. (Ultimo accesso: 09/10/2019)
- Franzen C (April 17, 2012 Tuesday) Report: Google 'Supportive' Of CISPAs Revisions. *Talking Points Memo*. (Ultimo accesso: 09/10/2019)
- (April 14, 2013 Sunday) Google, Yahoo, Microsoft execs back CISPAs through trade group. *Federal NewsFeed CNET.com*. (Ultimo accesso: 09/10/2019)
- (April 15, 2013 Monday) United States : GOOGLE, MICROSOFT, YAHOO led tech trade group supports CISPAs. *TendersInfo*. (Ultimo accesso: 09/10/2019)
- (February 4, 2010 Thursday) US House passes bill to bolster cybersecurity. *Agence France Presse -- English*. (Ultimo accesso: 30/10/2019)
- (August 8, 2017 Tuesday) Google Steps Out of Shadows to Press Congress to Keep Shielding Online Child Sex-Trafficking. *Targeted News Service*. (Ultimo accesso: 30/10/2019)
- Jackman T (February 27, 2018 Tuesday) House passes anti-online sex trafficking bill, allows targeting of websites like backpage.com. *Washington Post – Blogs*. (Ultimo accesso: 07/10/2019)
- Jackman T (March 22, 2018 Thursday) Congress passes legislation targeting websites that host prostitution ads. *The Washington Post*. (Ultimo accesso: 30/10/2019)
- (December 4, 2013 Wednesday) Innovation, Not Litigation. *Google Public Policy Blog*. (Ultimo accesso: 08/10/2019)
- (December 6, 2013 Friday). House passes bill aimed at curbing patent troll lawsuits. *Federal NewsFeed CNET.com*. (Ultimo accesso: 08/10/2019)
- (July 16, 2015) BUSINESS LEADERS CALL FOR PASSAGE OF INNOVATION ACT; CEOS OF AMERICA'S LEADING INTERNET COMPANIES ANNOUNCE SUPPORT

FOR H.R. 9; House Judiciary Committee News Release. *Congressional Documents and Publications*. (Ultimo accesso: 08/10/2019)

- Rosenthal A (January 18, 2012 Wednesday) Behold the Power of Google. *The New York Times Blogs (The Loyal Opposition)*. (Ultimo accesso: 22/10/2019)
- Tummarello K (May 22, 2014 Thursday) Patent reform legislation dealt deathblow in Senate. *The Hill*. (Ultimo accesso: 14/10/2019)
- Muoio D (September 6, 2017 Wednesday) The House just passed a bill to put thousands of self-driving cars on the road each year. *Business Insider US*. (Ultimo accesso: 23/10/2019)
- Ians (September 7, 2017 Thursday) US House passes self-driving cars bill. *BGR: Your Mobile Life*. (Ultimo accesso: 23/10/2019)
- Duke S (September 17, 2017 Friday) Tech titans fight child abuse curbs: Silicon valley claims freedom of speech at risk from new law ulster region. *Sunday Times*. (Ultimo accesso: 07/10/2019)
- Jackman T (September 18, 2017 Saturday) Tech companies push back as congress tries to fight online sex trafficking. *Washington Post – Blogs*. (Ultimo accesso: 07/10/2019)
- (November 17, 2011 Thursday) Internet Giants Fight Against the Stop Online Piracy Act. *Kiwi Commons*. (Ultimo accesso: 09/10/2019)
- (January 23, 2012 Monday) Stop Online Piracy Act, Protect IP Act, and the Blackout. *Anchor: Rhode Island College*. (Ultimo accesso: 09/10/2019)
- The Guardian. (2014) Facebook, Google and Apple lobby for curb to NSA surveillance. Disponibile: <https://www.theguardian.com/technology/2014/nov/17/facebook-google-apple-lobby-senate-nsa-surveillance>
- Mott N (November 17, 2014 Monday) Apple and Google ask Congress to support the USA Freedom Act. *PandoDaily*. (Ultimo accesso: 31/10/2019)
- Tumblr. (2014) Open Letter to the US Senate. Disponibile: <https://reformgs.tumblr.com/post/102821955852/open-letter-to-the-us-senate>
- Vijayan J (May 01, 2015 Friday) Google Voices Support for Surveillance Reform Bill; The USA Freedom Act, which would allow Internet firms to disclose more details of government requests for customer data, is an important step in right direction, the company says. *eWeek.com*. (Ultimo accesso: 31/10/2019)