

El model PAPER i les seves palanques legals

Document de treball perquè un despatx especialista pugui emetre un dictamen raonat amb nivells de risc. No és una opinió jurídica: és l'exposició del model i de les preguntes que necessitem resoldre.

01 Què és PAPER, en tres línies

PAPER converteix el *backlog* de lectura d'una persona —newsletters a què està subscripta, articles i enllaços que ha guardat "per llegir després"— en una **revista física personalitzada (N=1)**, impresa i enviada a casa periòdicament. No ven informació: ven el ritual de tornar a llegir amb calma allò que l'usuari ja volia llegir i es perdia en una llista infinita.

Cada exemplar és únic (el contingut d'un sol lector). No hi ha una "revista PAPER" amb tirada comuna: hi ha tants números diferents com subscriptors.

02 Com funciona operativament (el punt jurídicament rellevant)

El model està deliberadament dissenyat com a **plataforma-servei, no com a editorial**. La mecànica:

- 1 **L'usuari connecta / aporta les seves fonts.** Reenvia enllaços o newsletters a les quals ell ja té accés legítim (està subscript, o són públiques).
- 2 **L'usuari tria i inicia cada número.** És ell qui decideix què vol rebre imprès i qui "prem el botó". Nosaltres no publiquem un catàleg: responem a la seva ordre.
- 3 **El sistema extreu i maqueta.** S'obté el text de la font, es neteja i es col·loca en una plantilla. Per a àudio (podcasts/YouTube), transcripció.
- 4 **S'imprimeix un únic exemplar i s'envia a l'usuari.** Còpia per a ús privat del propi usuari.
- 5 **Es cobra pel SERVEI** (programari + impressió + logística), **no pel contingut**. Com una copisteria: l'acte de còpia és de l'usuari; nosaltres posem la màquina.

El relat comercial és sempre "*les teves newsletters en físic a casa*", mai "*la newsletter de l'autor X*".

TENSIÓ QUE L'ADVOCAT HA DE CONÈIXER D'ENTRADA

Per respecte a l'autor i per producte, hem decidit reproduir les peces **íntegres** (sense resumir ni editar). Som conscients que això **ens exposa MÉS** que una estratègia de *digest* transformatiu (cites + síntesi): la reproducció literal no és ús transformatiu. Per tant, la nostra defensa **no** pot recolzar-se en el dret de cita / ús transformatiu, sinó que descansa en **la còpia privada iniciada per l'usuari**. Volem saber si aquesta base aguanta, i si no, què caldria canviar.

03 On volem sortir-nos beneficiats legalment (els objectius)

Que el dictamen ens digui si aquests objectius són defensables i com blindar-los:

1. **Operar al MVP i a l'inici sense llicència prèvia de cada autor**, en tant que l'usuari aporta contingut al qual ja té accés legítim i n'inicia la còpia per a ús privat.
2. **Que la responsabilitat davant l'autor recaigui primàriament en l'usuari** (qui té l'accés i dona l'ordre), i que el nostre paper sigui el d'un prestador de servei tècnic.
3. **Poder comunicar "les teves subscripcions en paper"** sense que això ens converteixi en editors ni distribuïdors del contingut d'aquell autor.
4. **Escarlar de 20 a centenars/milers d'usuaris** sense que el simple augment de volum transformi el servei en una explotació editorial il·lícita.
5. **[Fiscal] Aplicar l'IVA superreduït del 4%** de publicacions — si és jurídicament sostenible amb aquest model (vegeu §06).

04 Les palanques defensables que hi veiem

El que ja hem pensat com a escuts. Volem que el dictamen els validi, els reforci o ens digui per què no aguanten:

A · La còpia privada iniciada per l'usuari (art. 31.2 TRLPI)

L'usuari fa, per a ús privat, una còpia d'un contingut al qual té accés legítim. Nosaltres som l'instrument tècnic. Contrapès conegut: la STJUE VCAST (C-265/16) — un intermediari comercial que "ajuda" a copiar pot quedar fora de la còpia privada i entrar en comunicació pública. Volem saber exactament què ens separa del cas VCAST i com mantenir-nos-en lluny.

B · Termes de Servei amb repartiment de responsabilitat

ToS on l'usuari declara tenir els drets/accés i **indemnitza PAPER** davant reclamacions de tercers. Som conscients que això ens cobreix davant l'usuari, **no davant l'autor tercer**: és repartiment de responsabilitat, no immunitat. Volem el redactat més fort possible.

C · Posició reactiva (notice & take-down + conversió a partner)

Qui es queixi, se'l retira immediatament i se li ofereix ser **partner remunerat** (el volem dins, no com a enemic). Model de *revenue-share* amb l'autor com a reforç per als continguts destacats.

D · La línia vermella autoimposada: free sí, paywall no

Mai reproduïm contingut darrere de mur de pagament (p. ex. Substack Premium) sense permís exprés. Només contingut al qual l'usuari té accés gratuït o per subscripció legítima.

E · La dispersió del N=1 (reproducció atomitzada, no massiva)

Per la personalització N=1, el solapament de contingut entre usuaris és estadísticament mínim: a ~300 usuaris, l'obra d'un autor donat pot coincidir en només 3-4 exemplars dispersos. No hi ha

reproducció massiva de l'obra de ningú ni un "públic" servit amb la mateixa obra; cada tirada és dispersa i única. Creiem que això juga a favor per tres vies:

- **Test dels tres passos** (art. 5.5 Directiva InfoSoc / 40bis TRLPI): la còpia no entra en conflicte amb l'explotació normal de l'obra ni perjudica injustificadament l'autor — els lectors ja hi tenien accés i **no hi ha pèrdua de mercat**.
- **Minimitza el dany real acreditable** en cas de reclamació.
- **Allunya el cas de la "comunicació pública"** (art. 20), justament l'element on VCAST condemna l'intermediari.

CAVEAT QUE VOLEM CONFIRMAT (NO HO SOBREVALOREM)

Sabem que el **dret de reproducció** (art. 18) és independent de la comunicació pública (art. 20): aquest argument pesa més en *dany* i en el *test dels tres passos* que en el nucli de "qui fa la còpia". I el "públic" es podria **acumular** mirant el servei sencer. Volem saber quant de pes real té la dispersió i on no arriba.

F · Revenue-share proactiu a escala (detecció d'autors recurrents)

A volum, podem **detectar automàticament els autors recurrents** (ja tenim les dades de font/autor) i oferir-los un **revenue-share mínim abans de cap queixa**. L'autor l'accepta perquè avui rep 0€. Bona fe demostrada i litigis tancats d'arrel.

DOBLE TALL QUE VOLEM VALORAT

¿Pagar **proactivament** pot llegir-se com a **admissió** que explotem l'obra i afeblir el marc de "som un servei / còpia privada de l'usuari"? ¿O el benefici de goodwill i tancament de risc compensa? Volem l'opinió sobre com estructurar-ho (i quan activar-ho) sense debilitar la defensa primària.

05 Riscos i *edge cases* — no volem mitges tintes

Volem que el dictamen entri a cada supòsit i el gradui. En especial el primer:

CAS CENTRAL — EL CREADOR ESTRANGER QUE RECLAMA

Escenari: un creador de newsletter australià (o de qualsevol jurisdicció) descobreix que **dos subscriptors seus** —persones que ja estan subscrites legítimament a la seva newsletter— han rebut, impresa per PAPER, aquella mateixa newsletter. Ens reclama.

Volem saber, en concret: ¿on ens pot demandar (jurisdicció)? · ¿sota quina llei (aplicable)? · ¿quin **dany real** pot acreditar si els seus lectors ja hi tenien accés i no hi ha pèrdua d'audiència ni de pagament? · ¿com opera el Conveni de Berna aquí? · ¿fins on ens cobreix el ToS d'indemnització de l'usuari davant d'ell? · ¿canvia res si el creador és a la UE, als EUA o a Austràlia?

SUPÒSIT	RISC QUE HI INTUÏM	QUÈ NECESSITEM DEL DICTAMEN
Contingut gratuït, usuari subscrit, reproducció íntegra per a ell	● MITJÀ	És el cas base. ¿La còpia privada + ToS hi basten? ¿Què el fa verd?
Contingut darrere de paywall	● ALT	Ho tractem com a línia vermella. ¿És correcte? ¿Hi ha cap via?
Contingut gratuït però amb llicència restrictiva (CC-BY-NC, "prohibida la reproducció")	● MITJÀ	¿La llicència de l'autor guanya sobre la còpia privada de l'usuari?
Imatges i figures de tercers dins de l'article	● MITJÀ	Drets d'il·lustradors/fotògrafs incrustats. ¿Les reproduïm, les ometem?
Transcripció de podcast / YouTube a text imprès	● MITJÀ	Drets de l'obra oral + possible música/veu. ¿Diferent de l'article escrit?
Escala: el mateix acte a 20, 500 o 2.000 usuaris (recordar: per N=1, la reproducció és dispersa — vegeu palanca E)	● MITJÀ	¿A partir de quin volum/automatització deixem de ser "servei" i esdevenim "explotació"? ¿La dispersió N=1 mou el llindar? ¿S'acumula el "públic" mirant el servei sencer?
Automatització del <i>pipeline</i> (menys intervenció humana de l'usuari)	● MITJÀ	Com més automàtic, més a prop de VCAST. ¿Quant "control de l'usuari" cal preservar?

06 La qüestió fiscal — IVA 4% vs 21%

Vendre una **publicació** tributa al **4%** (superreduït); prestar un **servei d'impressió** tributa al **21%**. El nostre model, dissenyat com a *servei* per l'escut de copyright, apunta al 21% — però el 4% és una palanca de marge molt rellevant.

LA CONTRADICCIO QUE VOLEM RESOLTA

El marc "**servei**" (que ens protegeix del copyright) i el marc "**publicació**" (que ens dóna el 4% i el descompte postal de publicació periòdica amb ISSN) **estiren en direccions oposades**. ¿Es poden conciliar? ¿Hi ha una estructura de facturació on una cosa sigui venda de publicació i una altra sigui servei? ¿O hem d'escollir, i quin cost té cada opció?

07 Les cinc preguntes que volem respostes

Pregunta 1 · el nucli

Amb el model descrit (usuari aporta i inicia · còpia privada · cobrament pel servei · peces íntegres), ¿quin és el **grau de risc real** davant d'un autor, i quina és l'**estructura més defensable** per minimitzar-lo? Graduï-ho verd/groc/vermell.

Pregunta 2 · VCAST

¿Què ens separa exactament de la doctrina **VCAST**, i quins elements concrets del disseny hem de preservar (control de l'usuari, absència de catàleg propi, etc.) per no caure-hi a mesura que automatitzem i escalem?

Pregunta 3 · transfronterer

El cas del **creador estranger** (§05): jurisdicció, llei aplicable, dany acreditable i cobertura efectiva del ToS. ¿Canvia segons UE / EUA / Austràlia?

Pregunta 4 · documents

¿Quins **documents** ens calen i com han de dir-ho: ToS, política de continguts, clàusula d'indemnització, avís als autors / *notice & take-down*, contracte de partner-autor?

Pregunta 5 · fiscal

La qüestió **IVA 4% vs 21%** i l'ISSN / publicació periòdica (§06): ¿conciliables amb el marc de servei, o disjuntiva? Recomanació d'estructura.

Pregunta 6 · dispersió i revenue-share

¿Quant de pes real tenen la **dispersió N=1** (palanca E) en el test dels tres passos i en dany, i el **revenue-share proactiu** (palanca F) com a mitigació — sense que el pagament proactiu debiliti el marc de servei/còpia privada?

08 El lliurable que demanem

No busquem un "sí/no". Busquem:

- Un **dictamen jurídic raonat** amb els riscos **graduats (semàfor)** i el fonament de cada valoració.
- **Recomanacions d'estructuració** concretes: què canviar per pujar de vermell a groc, de groc a verd.
- Un **full de ruta documental** (quins textos redactar i en quin ordre).
- Una **opinió sobre la qüestió fiscal** (o derivació a fiscalista de confiança del despatx).

EL NOSTRE ENCÀRREC, EN UNA FRASE

No volem saber "si és legal": volem la **construcció més defensable d'aquest model concret**, amb els riscos graduats i com mitigar-los. Busquem qui construeixi el teixit jurídic, no qui aixequi

les mans. Preferim sentir ara on hi ha línia vermella de debò abans que descobrir-ho amb subscriptors reals.

09 Materials disponibles a petició

Podem aportar: descripció tècnica detallada del *pipeline* • esborrany del recorregut d'usuari • el nostre esborrany intern de model operatiu i decisions preses • exemples reals d'un número maquetat. El que calgui per afinar el dictamen.

PAPER • Briefing jurídic • pàg. 4/4 • Aquest document és preparació interna d'una consulta i no constitueix assessorament jurídic. Redactat pel promotor del projecte, juliol 2026.