



# MANUAL DE **MODERACIÓN DE CONTENIDO**

*Todo lo que precisás saber  
para que tu video sea aprobado*





## ÍNDICE



- 01** • [¿Cómo funciona Clips?](#)
- 02** • [Dentro de las reglas del juego.](#)
- 03** • [Requisitos básicos.](#)
- 04** • [Criterios de moderación.](#)
- 05** • [Elevando el nivel de tu contenido.](#)
- 06** • [Publicando tu video.](#)



# ¿QUÉ ES CLIPS?

## Y CÓMO PUEDE AYUDARTE



# ¿Cómo funciona Clips?



*Tres pilares sostienen el éxito de la plataforma de videos cortos de Mercado Libre:*

01

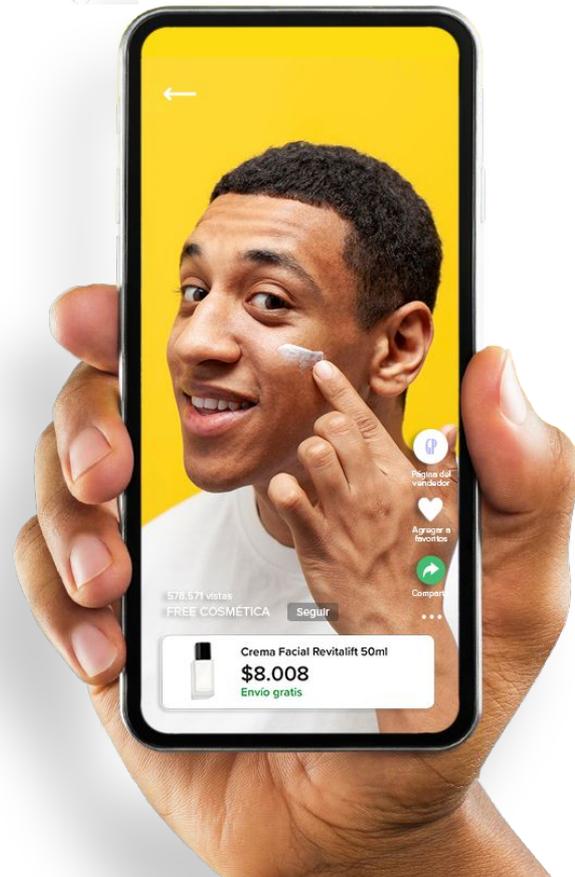
Conectar con potenciales compradores

02

Eliminar dudas sobre tu producto

03

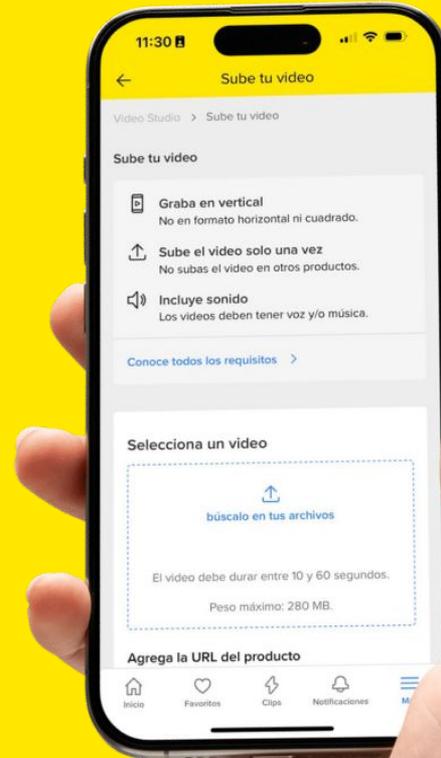
Aumentar las visualizaciones de tus publicaciones



# Las reglas del juego

Pensando en la experiencia del cliente (y siguiendo las principales tendencias de producción de contenido), creamos algunas reglas básicas para que Clips sea relevante y atractivo para la audiencia. Además de ser un aliado más del vendedor para aumentar sus visitas y, por lo tanto, sus ventas.

El primer paso para jugar bien es conocer las reglas del juego. Sin embargo, más que explicar la regla, este documento tiene la función de mostrar lo que se necesita hacer para que tu video sea aprobado y no infrinja ninguna directriz de la plataforma.





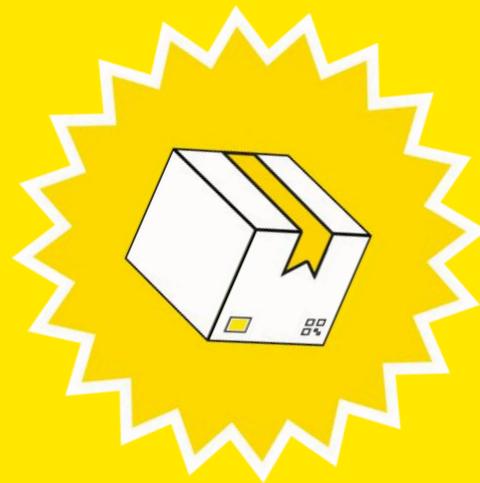
**PERO ANTES DE CONTINUAR CON  
LOS CRITERIOS DE MODERACIÓN:**

**VAMOS A REPASAR LOS REQUISITOS  
BÁSICOS PARA PUBLICAR TUS CLIPS**



## REQUISITOS BÁSICOS

- Graba en **formato vertical 9:16**.
- Crea una narrativa de **una sola publicación**.
- El video debe tener entre **10 segundos y 1 minuto**.
- Envía el video en uno de estos formatos: **mp4, mov, mpeg, avi**.
- Tu video debe tener un **tamaño máximo de 280 MB**.
- Tu video debe tener una **calidad mínima de 360 x 640 píxeles**.



# CHECKLIST PARA QUE TU CLIP SEA APROBADO



## CLIPS

### REAL ESTATE:

- No muestra el baño
- No muestra la cocina
- No muestra la habitación/ambiente principal
- No menciona el barrio y/o ciudad
- No menciona metros cuadrados

### MOTIVOS FRECUENTES DE MODERACIÓN:

- Video repetido
- Formato diferente da vertical
- Publicidad de marca o de Mercado Libre
- Sin audio ni sonido
- Producto no relacionado

### CRITERIOS AUDIOVISUALES:

- Marcas de agua o logos
- No respeta la zona segura del video
- Imagens estáticas
- Pantalla negra en lugar de video
- Resolución/estabilidad
- Iluminación deficiente
- Sonido de mala calidad
- Producto sin contexto
- Otro idioma
- Sin cierre
- Producto en malas condiciones

### CRITERIOS DE CONTENIDO SENSIBLE:

- Contenido sexual
- Contenido ofensivo/discriminatorio
- Contenido violento
- Contenido de lotería/concursos
- Contenido comparativo o difamatorio
- Contenido político
- Artículos prohibidos
- No se permite mostrar ni escuchar a menores de edad

### CRITERIOS DE SEGURIDAD:

- Datos personales
- Imágenes de Mercado Libre
- Propiedad intelectual
- Información engañosa
- Normativas de publicidad
- Condiciones de venta



¡AHORA VAMOS A LO PRINCIPAL:

# LOS CRITERIOS DE MODERACIÓN!



## PRINCIPALES CRITERIOS DE MODERACIÓN RECHAZADOS



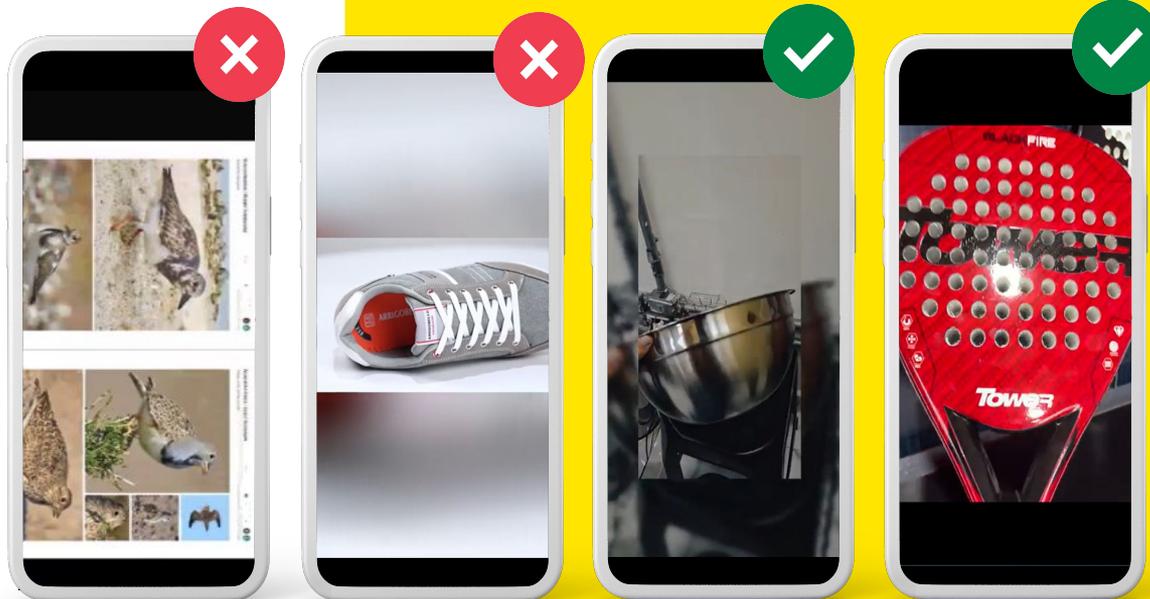
- **Formato diferente al vertical**
- **Publicidad de marca y/o de Mercado Libre**
- **Falta de audio**
- **Producto no relacionado**

## FORMATO DIFERENTE AL VERTICAL

Los videos deben estar en formato vertical (9:16), ocupando toda la pantalla. Esta es la proporción de visualización estándar en la plataforma y permite que el producto se muestre de manera más clara y atractiva.

### ¿Qué hacer?

Esta permitido usar bordes o efectos (como desenfoces, espejos o fondos de colores), siempre que el video tenga orientación vertical y conserve buena calidad visual. Es importante que estos efectos no dificulten la visualización del producto ni distraigan al cliente.



# PUBLICIDAD DE PRODUCTO SIN MARCAS

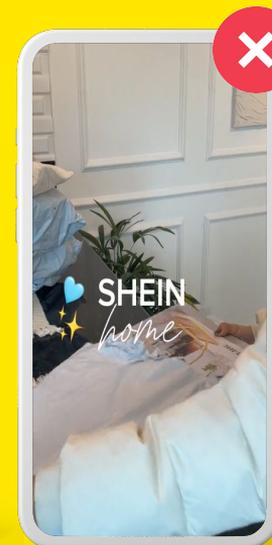
Evita prácticas que puedan confundir o desviar la atención del enfoque principal: el producto. Por eso, no está permitido que los videos hablen o destaquen la marca, ni que promocionen la tienda o las ventajas de la tienda, Mercado Libre u otras plataformas (competidoras o no).

## Qué hacer:

Concéntrese únicamente en el producto: muéstrelo en acción y hable sobre sus funcionalidades. Grabe imágenes desde varios ángulos o resuelva las principales dudas de los clientes. Este no es el momento para hacer publicidad de la marca, la tienda o Mercado Libre.



Destaca la tienda, sus beneficios y roupas



Destaca otra plataforma de e-commerce

## SIN AUDIO

El sonido del vídeo debe ser de buena calidad, sin ruidos de fondo ni interferencias. El vídeo puede contener un máximo del 20% del tiempo total sin audio. Los vídeos sin sonido o con mal audio generan desinterés entre el público.

### Qué hacer:

Utilice música blanca de fondo o grabe una narración en un entorno libre de ruidos. Las canciones de nuestra biblioteca están libres de derechos de autor.

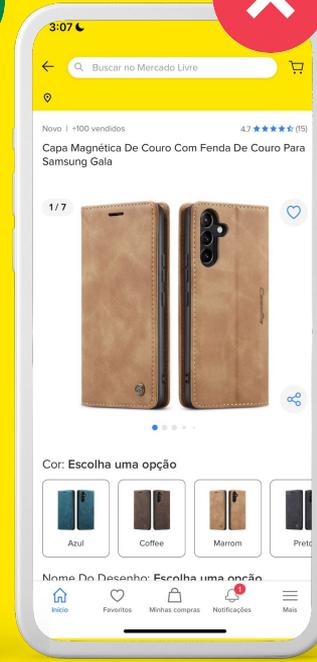
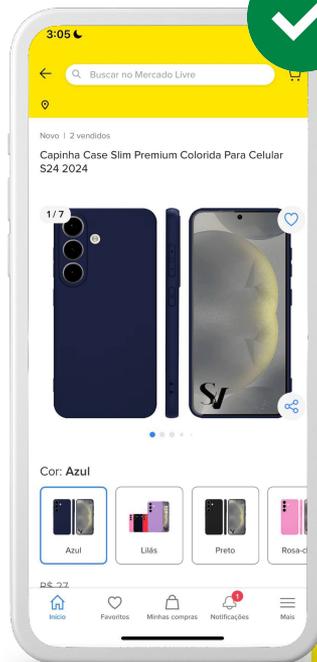


# PRODUCTO NO RELACIONADO

El vídeo debe mostrar el producto correspondiente a la publicación añadido.

## Qué hacer:

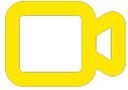
Mostrar en el vídeo exactamente lo que el cliente recibirá en su casa al realizar la compra. Además de mostrar el producto en uso y sus funcionalidades, asegúrese de mostrar el producto completo y todas sus piezas y accesorios.



Para publicaciones de **kits** con **productos diferentes** es necesario **mostrar todos**. En caso de ser un **kit de productos iguales**, se puede mostrar **solo 1 producto** y mencionar que es un kit con **X unidades**.



# MÁS CRITERIOS DE **MODERACIÓN**



## CRITERIOS AUDIOVISUALES

- Marcas de agua o logotipos.
- No respeta el área útil.
- Imágenes estáticas.
- Pantalla en negro.
- Resolución/estabilidad deficientes.
- Mala iluminación.
- Sonido de baja calidad.
- Producto sin contexto.
- En otro idioma.
- Sin cierre.
- Producto en mal estado.



## CRITERIOS DE CONTENIDO SENSIBLE

- Contenido sexual.
- Contenido ofensivo/discriminatorio.
- Contenido violento.
- Contenido de loterías/concursos.
- Contenido comparativo o difamatorio.
- Contenido político.
- Artículos prohibidos.
- Menores de edad.



## CRITERIOS DE SEGURIDAD

- Datos personales.
- Imágenes de Mercado Libre.
- Propiedad intelectual.
- Información falsa.
- Normas de publicidad.
- Condiciones de venta.

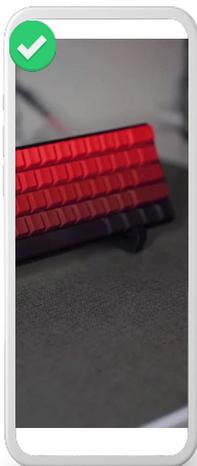


## MARCAS DE AGUA O LOGOS

Se permite incluir logotipos o marcas de agua en los vídeos, ya sea de la marca, de la tienda o del editor utilizado, siempre que no interfieran en la calidad visual del contenido. Estos elementos deben ser discretos y no deben exceder el 10% del tamaño de la pantalla o estar presentes por más del 10% de la duración total del vídeo.

Las grabaciones de pantalla están permitidas sólo cuando son requeridas por el producto, como en el caso de aplicaciones, software, plataformas digitales o productos digitales (por ejemplo, hojas de cálculo de automatización). En esos casos, se espera que el contenido sea claro, nítido y se centre en mostrar cómo funciona el producto o sus características.

Carteles: menos del 10% del tiempo del video



Logo: menos del 10% del tamaño de la pantalla



Logo de apps de edición



Logos y marcas de agua centralizados y permanentes



Logos redes sociales





## DATOS PERSONALES

Está **prohibido** mencionar o mostrar información de contacto o canales de venta fuera de Mercado Libre. Ejemplos: sitios web, redes sociales, teléfono, correo electrónico, QR Code, dirección, entre otros.

### ¿Qué hacer?

No menciones ningún tipo de información como las citadas anteriormente, tampoco las incluyas en la edición del video. Cubre o elimina información de cajas y embalajes, como por ejemplo, direcciones en paquetes de entrega.



## IMÁGENES ESTÁTICAS

El vídeo puede ocupar un máximo del 30 por ciento del tiempo total con imágenes estáticas y/o texto, sin perder la dinámica y presentando información sobre el producto.

### Qué hacer:

Graba vídeos desde distintos ángulos de tu producto en lugar de utilizar fotos. Muéstrelo en funcionamiento, qué tipo de problema resuelve, sus funcionalidades o responda a las principales preguntas.



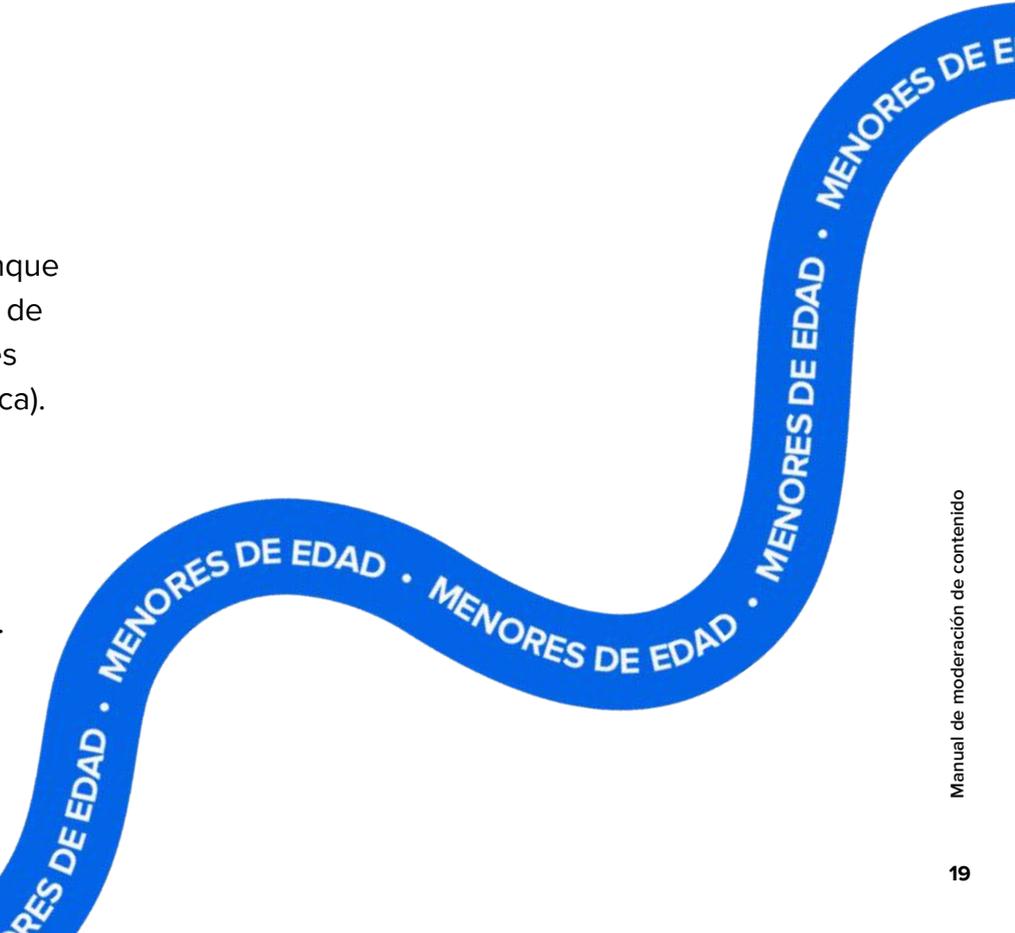


## MENORES DE EDAD

No está permitido utilizar imágenes de menores, aunque no aparezcan sus rostros, como manos, pies o niños de espaldas. Tampoco está permitido utilizar narraciones con la voz de un niño (ni siquiera artificial o automática).

### Qué hacer:

Si su producto está dirigido a niños, céntrese únicamente en mostrar el producto y sus cualidades.



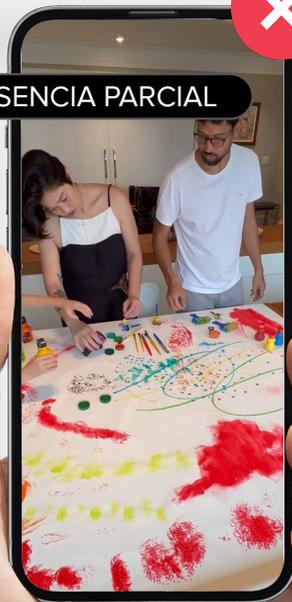


# MENORES DE EDAD

PRESENCIA



PRESENCIA PARCIAL



VOZ



DIRECCIÓN

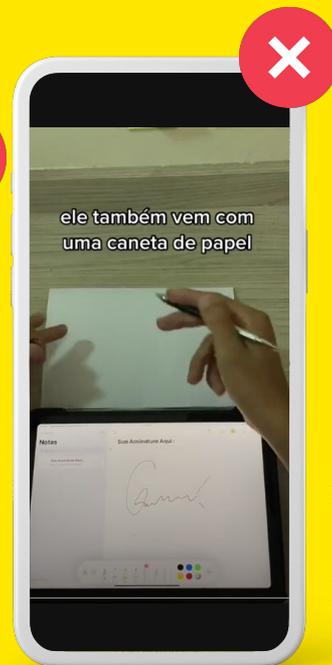


# CONDICIONES DE VENTA

El video no debe mencionar ofertas, precios, envíos gratuitos, condiciones de venta, garantías, regalos o descuentos, ni hacer referencia a campañas específicas como **Hot Sale** o **Black Friday**. Esta norma evita la difusión de información que pueda estar desactualizada o ser confusa, ya que los usuarios no pueden verificar la vigencia de las promociones al momento de ver el video.

## Qué hacer:

Enfócate únicamente en mostrar tu producto, responder las preguntas principales, presentar qué tipo de problema resuelve o sus funcionalidades. Otra información como la mencionada anteriormente sólo estará en la publicación asociada.

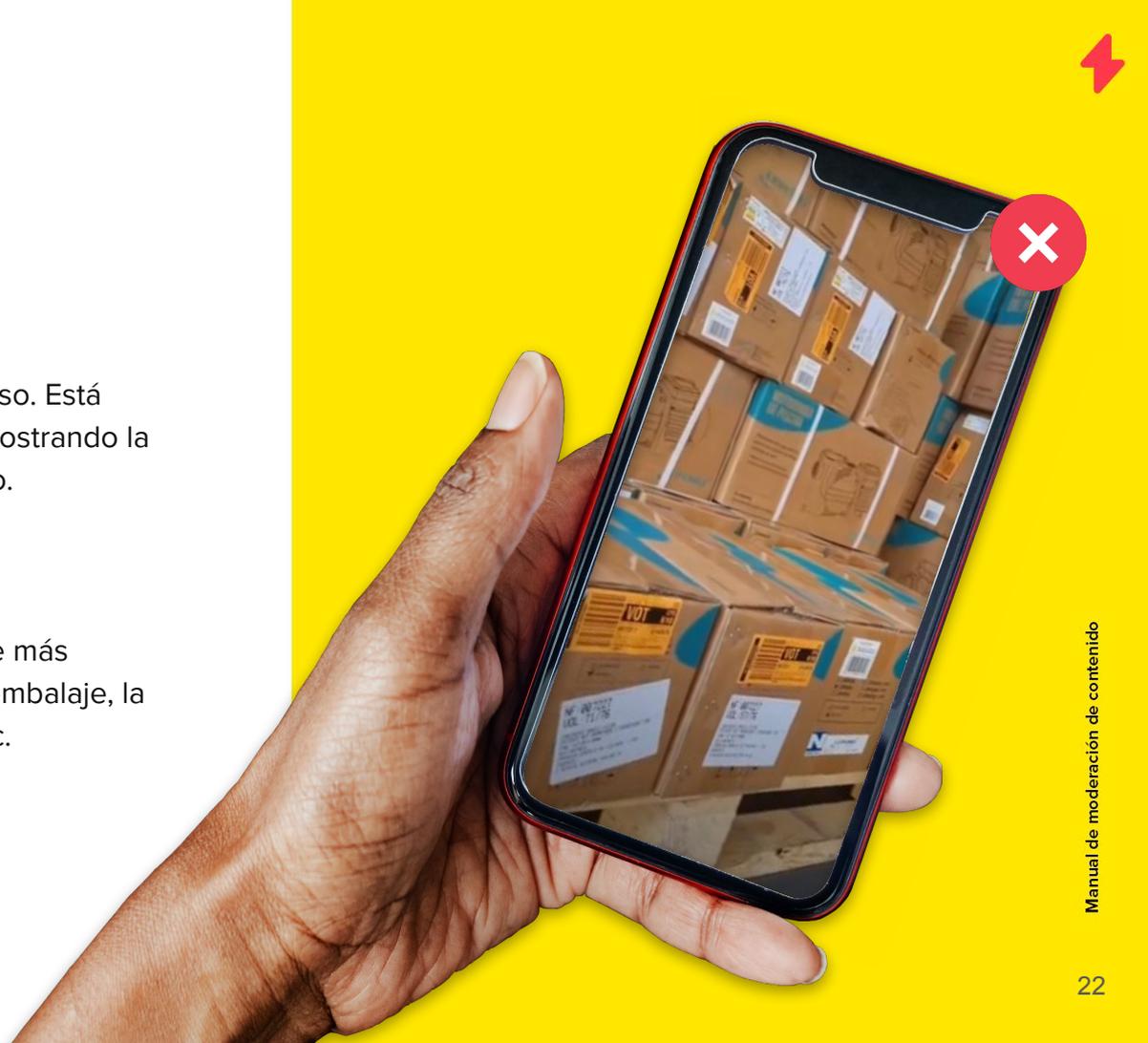


## PRODUCTO SIN CONTEXTO

El vídeo debe mostrar el producto en uso. Está prohibido presentar el producto sólo mostrando la caja o hablar del producto sin mostrarlo.

### Qué hacer:

Muestre su producto en uso o presente más detalles sobre él en el vídeo, como el embalaje, la forma de utilizarlo, los diferenciales, etc.



## RESOLUCIÓN Y ESTABILIDAD DEL VIDEO

El video no puede contener imágenes que no permitan ver claramente los detalles del producto. Por ejemplo: mala iluminación, imagen invertida, escenas repetidas en “looping”, desenfocadas, pixeladas o con reflejos de luz excesivos.

### ¿Qué hacer?

Busca un ambiente bien iluminado, pero cuida los reflejos. Realiza varias tomas mostrando el producto desde diferentes ángulos. Si la imagen está invertida, puedes ajustarla en la edición del video.



1

Baja resolución



2

Misma toma repetida en un bucle



3

Vídeo tembloroso



4

Video con reflejo (evita que se vea el embalaje)

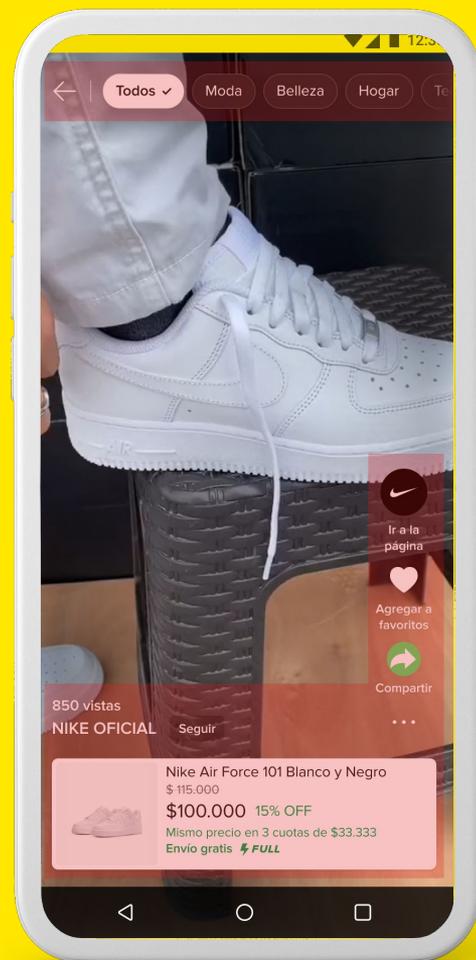


# NO RESPETA EL ESPACIO ÚTIL

Todos los textos, normas publicitarias, subtítulos u otros elementos deben permanecer dentro del área útil del vídeo, sin quitar espacio a los botones ni al producto.

## Qué hacer:

Inserta los textos dentro del área útil del vídeo para que no quede oculta ninguna información y procura no estropear la visualización del producto.



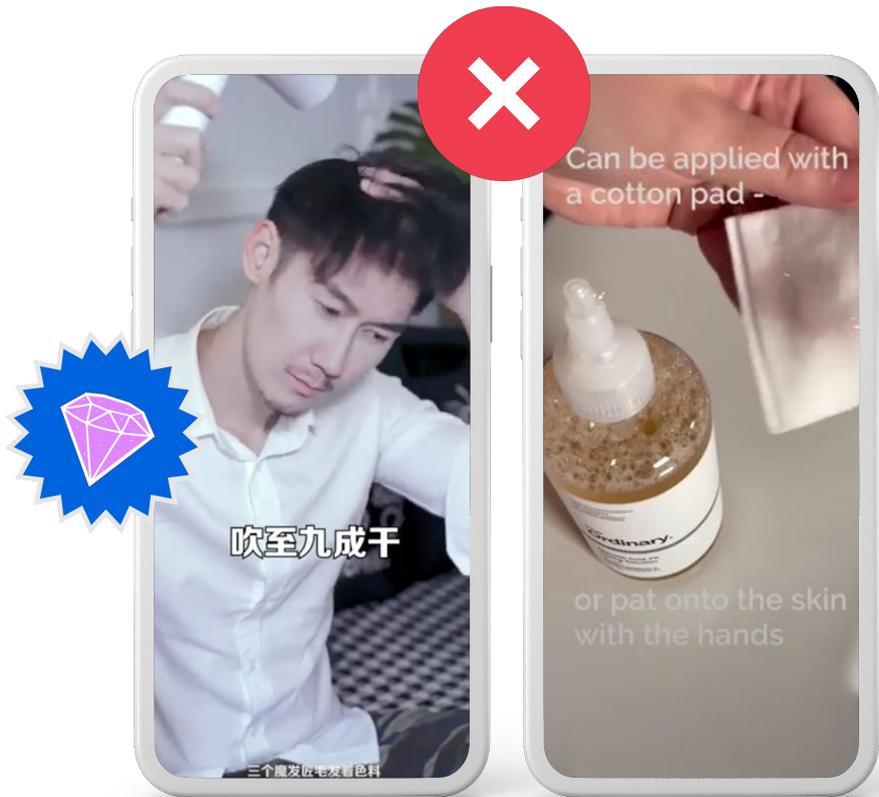


## OTRO IDIOMA

El vídeo **no debe** contener voz, texto y/o pantallas de dispositivos en otro idioma que no sea el español.

### Qué hacer:

Utilizar sólo el español para hablar o describir el producto. Es importante que el cliente entienda todo el vídeo y sepa exactamente lo que está comprando.





# NORMATIVAS DE PUBLICIDAD

Algunas categorías de productos tienen normativas específicas y el vídeo debe mencionar la normativa aplicable en materia de publicidad y marketing y no infringirla.

## Qué hacer:

Inserta las normativas necesarias según tu categoría de producto, procurando que estén dentro del área utilizable del vídeo y no entorpezcan la visualización del producto.

BEBIDAS ALCOHÓLICAS

SUPLEMENTOS

COSMÉTICOS



## Bebidas Alcohólicas

- Los videos no pueden mostrar el consumo del producto y deben incluir en la narración y por escrito la frase:

**"Bebe con moderación"  
y/o "Prohibida la venta a  
menores de 18 años".**

## Cosméticos

- **No se deben** hacer afirmaciones sobre las acciones del producto que no estén respaldadas por evidencia clínica o científica.
- **No debe** presentarse de manera que sugiera un uso diferente a las acciones terapéuticas aprobadas por la autoridad sanitaria.
- **Se debe** evitar cualquier insinuación sobre el uso excesivo del producto.

## Suplementos

- Los videos no deben incluir ni mencionar indicaciones o expresiones, incluso subjetivas, sobre cualquier acción terapéutica.

Deben incluir las siguientes advertencias:

**“Este producto no es un medicamento”. “No exceder la recomendación diaria de consumo indicada en el envase”. “Mantener fuera del alcance de los niños”.**





## Bebidas Alcohólicas

- Se debe exhibir un recuadro que cumpla con las normas gráficas establecidas en la legislación aplicable. Debe incluir el logo del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, la palabra “ADVERTENCIA” y una de las siguientes leyendas: I) **“Todo consumo de alcohol es dañino durante el embarazo”**; II) **“Todo consumo de alcohol limita la capacidad de conducir”**; III) **“El consumo de alcohol en menores de 18 años está prohibido”**; o IV) **“El consumo nocivo de alcohol daña tu salud”**.  
(Ver el siguiente slide)

## Cosméticos

- Las declaraciones referidas al producto/servicio no deben incluir mensajes como: **“aprobado o recomendado por expertos”**, **“demostrado en ensayos clínicos”** o similares a menos que existan estudios científicos realizados en centros reconocidos de investigación o evaluación. No se puede referir a
- productos como “naturales” cuando estos sean semisintéticos o formulados con componentes sintéticos.

## Suplementos dietarios

- Se debe incluir la leyenda **“Su uso no es recomendable para consumo por menores de 8 años, embarazadas y nodrizas, salvo indicación profesional competente y no reemplaza a una alimentación balanceada”** **“Consulte a su médico y/o farmacéutico”**



## Bebidas Alcohólicas

- El recuadro a utilizar deberá abarcar al menos el 15% de la superficie total del video, poseer un fondo de color negro y letras blancas, en mayúsculas e incluir el logo del Ministerio de Salud . El recuadro deberá exhibirse en la esquina superior derecha. La frase que deba exhibirse será escogida por quien encomienda la publicidad.

[Link para descargar el sello](#)



### Bebidas Alcohólicas

- Se debe incluir la leyenda: **“PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD”**

### Cosméticos

- Las declaraciones referidas al producto/servicio **no** deben incluir mensajes como: **"aprobado o recomendado por expertos", "demostrado en ensayos clínicos"** o similares a menos que existan estudios científicos realizados en centros reconocidos de investigación.

### Suplementos dietarios

- Se debe incluir la leyenda: **“Este Producto es un Suplemento Dietario, no es un Medicamento y no suple una Alimentación Equilibrada. Consulte a su médico y/o farmacéutico”.**



## Bebidas Alcohólicas

- Se deberá incluir alguna de las siguientes leyendas:
- **“NADA CON EXCESO, TODO EN MEDIDA.”**
- **“EVITA EL EXCESO.”**
- **“CONOCER NO ES EXCEDERSE.”**
- **“EL ABUSO EN EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES NOCIVO PARA LA SALUD”**

## Cosméticos

- Está prohibido publicitar que los productos cosméticos:
- Atribuyen cualidades terapéuticas, preventivas o rehabilitadoras. Insinúan modificaciones de las proporciones del cuerpo
- Se presentan como indispensables para la vida del ser humano.

## Suplementos dietarios

- Está prohibido que mencionen a los suplementos como dietéticos y se debe de incluir la siguiente leyenda de advertencia: **“EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES RESPONSABILIDAD DE QUIEN LO RECOMIENDA Y DE QUIEN LO USA”** y **“ESTE PRODUCTO NO ES UN MEDICAMENTO”**, en letra mayúscula destacadas en negritas y con un espacio libre de texto alrededor de estas.





## Bebidas Alcohólicas

Se debe incluir la leyenda:

**"SOLO PARA MAYORES DE 18 AÑOS. ADVERTENCIA: EL CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL LIMITA SU CAPACIDAD DE CONDUCIR Y OPERAR MAQUINARIAS, PUEDE CAUSAR DAÑOS EN SU SALUD Y PERJUDICA A SU FAMILIA. MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA DEL ECUADOR."**

o la advertencia dispuesta por la normativa aplicable.

## Cosméticos

Está prohibido publicitar que los productos cosméticos:

**Atribuyen cualidades terapéuticas, preventivas o rehabilitadoras. Insinúan modificaciones de las proporciones del cuerpo Se presentan como indispensables para la vida del ser humano. Referirse a productos como "naturales" cuando estos sean semisintéticos o formulados conjuntamente con componentes sintéticos.**

## Suplementos dietarios

Se debe incluir la leyenda:

- i) "Manténgase fuera del alcance de los niños."**
- ii) "El producto no es adecuado para ser consumido como única fuente de alimento. No superar la dosis recomendada;"**
- iii) "Este producto es un suplemento dietario, no es un medicamento y no suplente una alimentación equilibrada."**





## Bebidas Alcohólicas

Se debe incluir el mensaje:

**"Prohibida la venta a menores de dieciocho años de edad" y "El abuso en el consumo de alcohol es nocivo para su salud. El consumo de bebidas alcohólicas durante el embarazo, incluso en pequeñas cantidades, puede dañar seriamente la salud. El consumo de bebidas alcohólicas perjudica su capacidad para conducir vehículos u operar maquinaria".**

## Cosméticos

Está prohibido publicitar que los productos cosméticos:

**Atribuyen cualidades terapéuticas, preventivas o rehabilitadoras.** Insinúan modificaciones de las proporciones del cuerpo. Se presentan como indispensables para la vida del ser humano. Referirse a productos como "naturales" cuando estos sean semisintéticos o formulados conjuntamente con componentes sintéticos.

## Suplementos dietarios

Se debe incluir la leyenda:

**"Suplementa dietas insuficientes. Consulte a su médico y/o nutricionista".**





## Bebidas Alcohólicas

Se debe incluir la leyenda:

**“Tomar bebidas alcohólicas es dañino para la salud”, en un espacio no menor al 10% del video.”**

## Cosméticos

Está prohibido publicitar que los productos cosméticos:

**Atribuyen cualidades terapéuticas, preventivas o rehabilitadoras.** Insinúan modificaciones de las proporciones del cuerpo Se presentan como indispensables para la vida del ser humano. Referirse a productos como "naturales" cuando estos sean semisintéticos o formulados conjuntamente con componentes sintéticos.

## Suplementos dietarios

Se debe incluir la leyenda:

**“Suplementa dietas insuficientes. Consulte a su médico y/o farmacéutico”.** Se podrá incluir la leyenda **“Ayuda a prevenir (...)”** o **“Ayuda a proteger (...)”** siempre que esas declaraciones resulten beneficiosas ante una enfermedad clásica por deficiencia de nutrientes. Sucedáneos de leche materna: No está permitida la publicidad dirigida al público en general y a las madres en especial de los productos sucedáneos de leche materna y aquellos que fomenten el uso del biberón y tetina.



# IMPORTANCIA DEL CIERRE EN LOS VIDEOS

El video debe incluir un cierre, pero no debe realizar una llamada a la acción no permitida, como comentar, suscribirse, redirigir a enlaces o invitar a acceder a un sitio web.

## ¿Qué hacer?

Graba un breve cierre o utiliza acciones permitidas, como “comprar”, “acceder al producto”, “agregar a favoritos”, “compartir” o “ver más videos”.

Esto es lo que **NO**  
debes poner:

1

Link en la bio



2

Comenta



3

Suscribete



4

Accede al sitio web

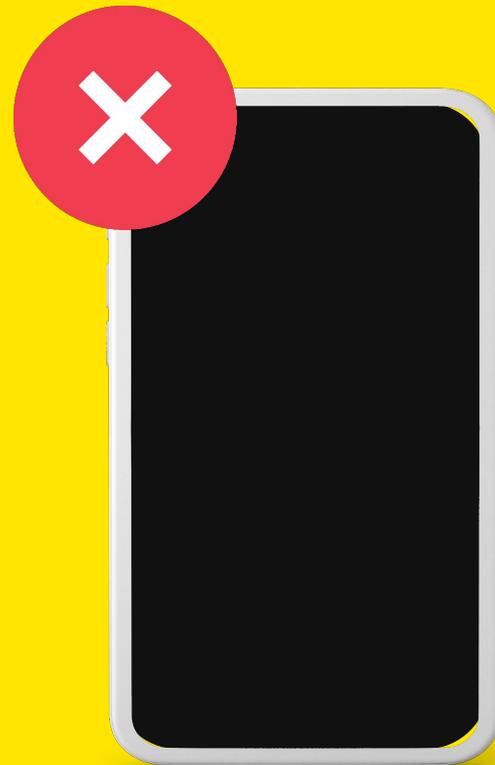


## EVITA LA PANTALLA EN NEGRO

No se permite que el video tenga sólo narración o que quede sin ninguna imagen por un tiempo prolongado.

### ¿Qué hacer?

Graba videos desde distintos ángulos de tu producto. Muestra cómo se utiliza, qué tipo de problemas resuelve, sus funcionalidades o aclara las principales dudas de los clientes. Lo importante es que el producto se presente de forma clara en el video.



## CONTENIDO SEXUAL

El video **no** debe mostrar contenido sexual explícito o sugestivo, ni movimientos o bailes de naturaleza sensual. Productos de sex shop como disfraces, lubricantes, vibradores, entre otros no pueden ser mostrados en video. De la misma manera, **no se permite** la simulación de situaciones asociadas a fetiches o prácticas eróticas, como BDSM y similares.

### ¿Qué hacer?

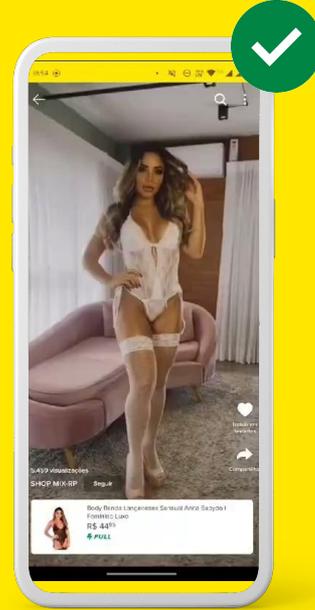
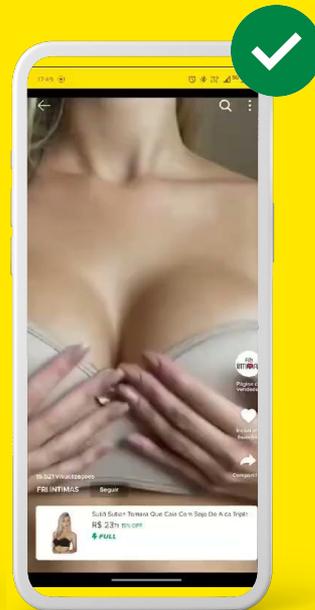
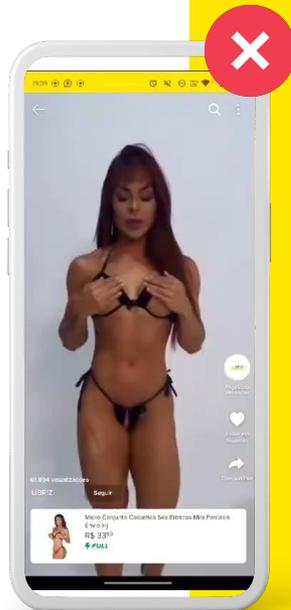
Intenta no hacer un video sugestivo, concéntrate en la calidad de tu producto o en la información más técnica.



# CONTENIDO SEXUAL

## Contenido de Lencería

Es importante describir los materiales e información relevante de la prenda en texto, además de mostrar diferentes tallas para atender a variados perfiles de clientes. Cuando los detalles del producto estén en áreas íntimas (senos, ingle, nalgas), se recomienda mostrar esas partes con la prenda fuera del cuerpo, evitando la exposición innecesaria del modelo. Enfoques en áreas íntimas solo están permitidos si son esenciales para mostrar características del producto (como lencería o bikinis). No se permite exponer o tocar deliberadamente partes íntimas, ni mostrar pezones, vellos púbicos o áreas íntimas, incluso por transparencia o cortes.





## PROHIBICIÓN DE CONTENIDO OFENSIVO O DISCRIMINATORIO

Está terminalmente prohibido aquel contenido que puede suscitar, de manera razonable, enojo, insultos o un desprecio extremo en las personas.

**Un video puede ser considerado ofensivo y/o discriminatorio si contiene contenidos que no respetan las normas sociales y legales.**



*¡Ten cuidado al reproducir canciones que contengan malas palabras o connotaciones sexuales!  
Opta por músicas neutras o narraciones con un lenguaje informal, pero sin excesos.*

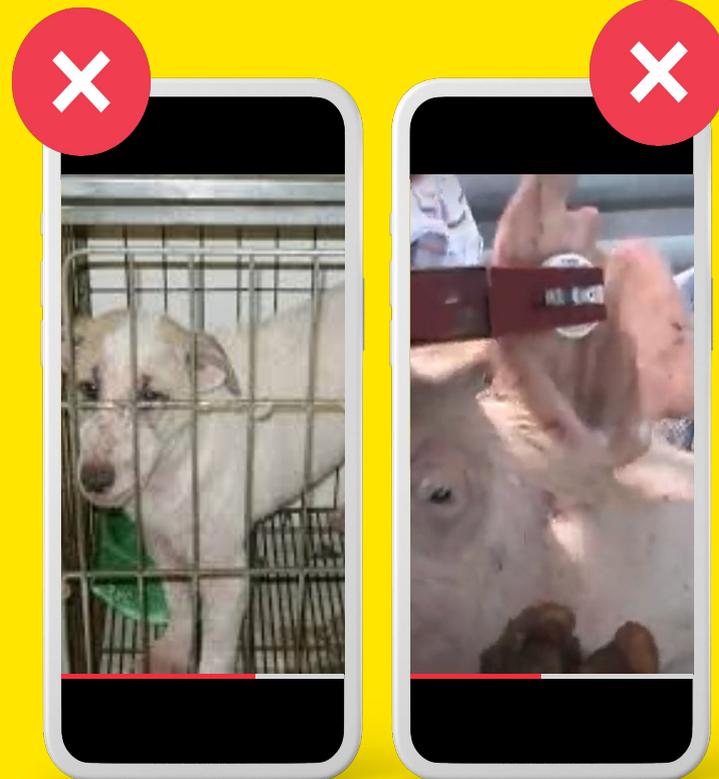


PROHIBICIÓN DE CONTENIDO OFENSIVO O DISCRIMINATORIO

## EXPLOTACIÓN Y CRUELDAD ANIMAL

Están prohibidos los videos que muestran maltrato, explotación o crueldad hacia animales:

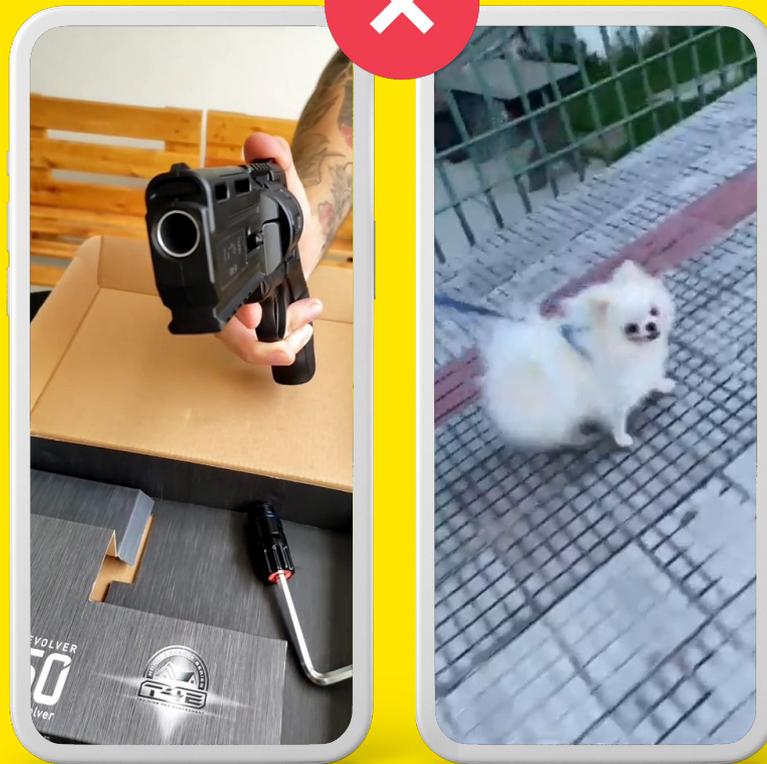
- **Contenidos Relacionados con Pesticidas y Venenos:** Videos que muestran animales siendo envenenados, atrapados en trampas, sufriendo o muriendo de forma cruel, como roedores, insectos, u otras especies en evidente sufrimiento.
- **Condiciones de Insalubridad o Estructuras Inadecuadas:** Videos donde los animales aparezcan en ambientes sucios, demasiado pequeños para su tamaño, o que causen incomodidad, dolor, o condiciones insalubres evidentes.
- **Contenido Relacionado con Utensilios para el Manejo de Animales:** Videos donde los animales aparezcan en situaciones de insalubridad, incomodidad, dolor o en estructuras no adecuadas a su tamaño.



## ARTÍCULOS PROHIBIDOS

No está permitido transmitir videos sobre ningún producto que viole la política de "Artículos prohibidos".

Para comprender mejor esta política, haga clic en la bandera del país que le interese.



# PRODUCTOS PROHIBIDOS EN CLIPS

## ARMAS

- Réplicas y/o juguetes que imitan armas de fuego.
- Se aceptan las armas de paintball, aire comprimido y airsoft si tienen un calibre igual o inferior a 6 mm y con una marcación en el extremo del caño en naranja fluorescente o rojo vivo, así como sus accesorios y municiones.
- Armas para artes marciales y combate cuerpo a cuerpo, como matracas, grilletes y bastones.

## MEDICAMENTOS, PRODUCTOS QUÍMICOS Y/O VENENOS

- Medicamentos que requieran receta o no.
- Productos con efectos terapéuticos o curativos sin aprobación sanitaria.
- Soluciones inyectables o intravenosas para fines medicinales o cosméticos.
- Clorito de sodio, dióxido de cloro y productos similares.
- Pesticidas, agroquímicos y raticidas.

## SEX SHOP

- Fantasías eróticas y mallas enterizas.
- Productos para prácticas sexuales o fetiches eróticos, como productos BDSM, látigos, arneses, entre otros.
- Juguetes sexuales, incluyendo vibradores, anillos, muñecas inflables y estimulantes sexuales.
- Recuerdos para adultos y/o souvenirs con formas sexuales

## ANIMALES

- Medicamentos que precisan de receta veterinaria
- Animales vivos y huevos de animales.

## DROGAS Y TABACO

- Drogas, narcóticos, precursores de drogas y otras sustancias prohibidas o controladas.
- Productos de cannabis y CBD (con o sin THC).
- Productos relacionados con el tabaco, como puros, tabaco y cigarrillos electrónicos.
- Parafernalia, incluyendo armadores, recipientes, picadores y pipas.

## CONTENIDO VIOLENTO

El vídeo no debe contener contenido grosero, ofensivo, vulgar o discriminatorio en ningún aspecto como la imagen, la banda sonora o la narración.

### Qué hacer:

No utilice imágenes ni música que contengan las características mencionadas. Céntrese sólo en el producto y favorezca las pistas blancas o las narraciones con un lenguaje informal, pero sin excesos.



*Tenga **cuidado** al  
utilizar vídeos de  
juegos **violentos** y/o  
que contengan  
**armas.***



## SONIDO DE MALA CALIDAD

El vídeo debe contener un audio limpio y de buena calidad, sin ruidos de fondo ni interferencias sonoras.

### Qué hacer:

Utiliza música blanca de fondo o graba una voz en off en un entorno libre de ruidos para insertarla en el vídeo al editarlo.

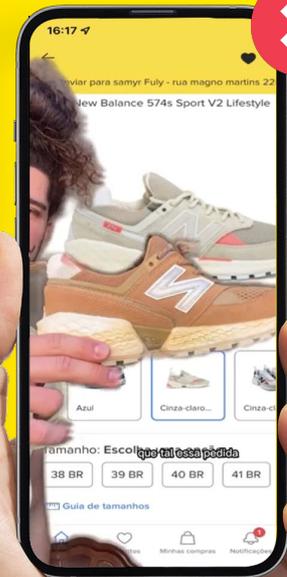
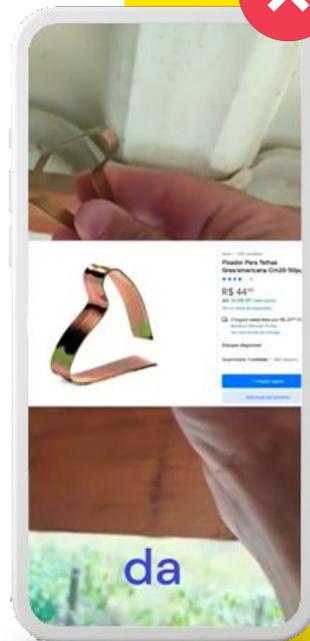


## IMÁGENES DE MERCADO LIBRE

No está permitido mostrar la página de productos o secciones de **Mercado Libre**.

### Qué hacer:

Haz imágenes sólo del producto, utiliza diferentes ángulos para mostrarlo bien y que el cliente tenga una mejor idea del mismo. Recuerda que el foco siempre es el producto y nada más.



## INFORMACIÓN ENGAÑOSA

El vídeo no debe mostrar información incorrecta, falsa o no contrastada sobre el producto.

### Qué hacer:

Haz un vídeo en el que muestres lo **que el producto puede hacer realmente**, qué tipo de problema resuelve o responde a las principales preguntas de los clientes. De esta forma, el cliente sabrá exactamente lo que está comprando, estará más satisfecho con la compra y reducirá las posibilidades de devolución.



## CONTENIDO DE LOTERÍA/CONCURSOS

Está **prohibido** promocionar concursos, sorteos, juegos de azar o promesas de descuentos, cupones o regalos a cambio de compras.

### Qué hacer:

Céntrate sólo en el producto, muestra sus diferenciales y responde a las principales preguntas del cliente sobre el mismo. Recuerda que la idea es que el cliente conozca mejor el producto **y nada más**.

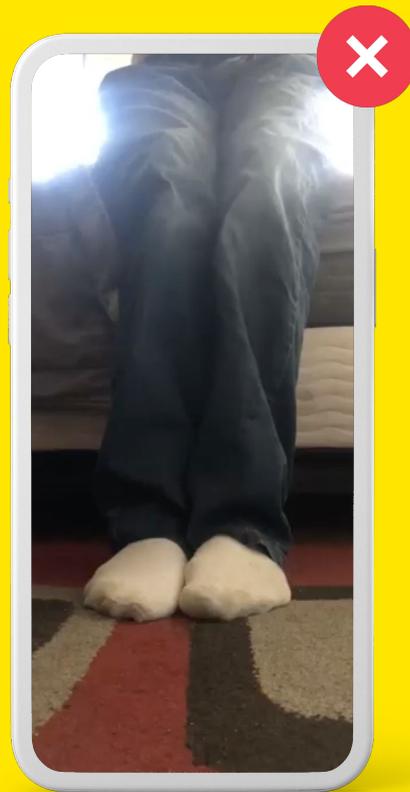


## MALA ILUMINACIÓN

La iluminación del vídeo debe estar pensada para mostrar el producto y sus detalles. Un vídeo mal iluminado no permite ver bien los detalles del producto.

### Qué hacer:

Busca un entorno con buena iluminación, pero cuidado con los reflejos, haz varias escenas mostrando el producto desde diferentes ángulos y si la imagen está invertida puedes ajustarlo al editar el vídeo.



## CONTENIDO COMPARATIVO O DIFAMATORIO

El vídeo no debe contener comparaciones con otros productos o marcas que tengan una connotación difamatoria.

### Qué hacer:

Céntrate en tu producto, en sus elementos diferenciadores y en qué tipo de problema ayuda a resolver. No necesita mencionar otros productos o marcas para presentar el suyo.



**Recuerde:**  
*su cliente quiere  
conocer su producto,  
no el de la  
competencia.*

# PROPIEDAD INTELLECTUAL

El vídeo no debe infringir los derechos de imagen o de propiedad intelectual (como los derechos de autor o de marca).

## Qué hacer:

Presenta siempre productos originales en tus vídeos y no utilices vídeos de terceros, crea contenidos originales. Para la banda sonora, utiliza música sin derechos de autor, también conocida como música blanca.



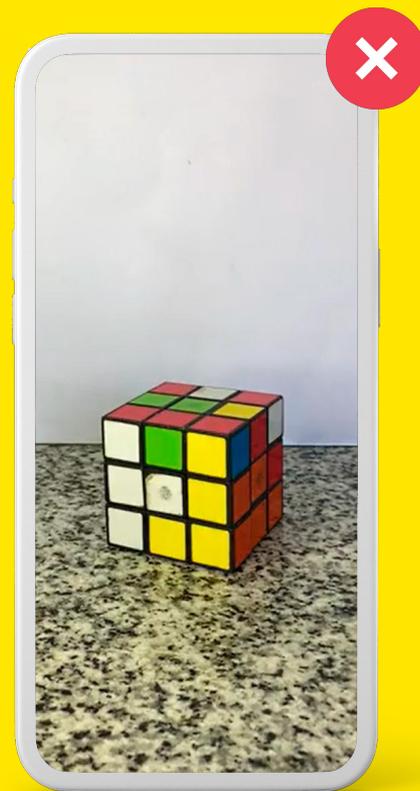
*¿Conoces esa canción  
que está **de moda**?  
Seguro que tiene  
**copyright** y **no se  
puede utilizar.***

## PRODUCTO EN MAL ESTADO

Está prohibido publicar un vídeo que muestre un producto en mal estado.

### Qué hacer:

Utilizar siempre un producto nuevo y en buen estado, ya que la idea es mostrar el producto en la forma en que llegará al cliente. Presentar un producto muy usado no es atractivo para los interesados en comprar.



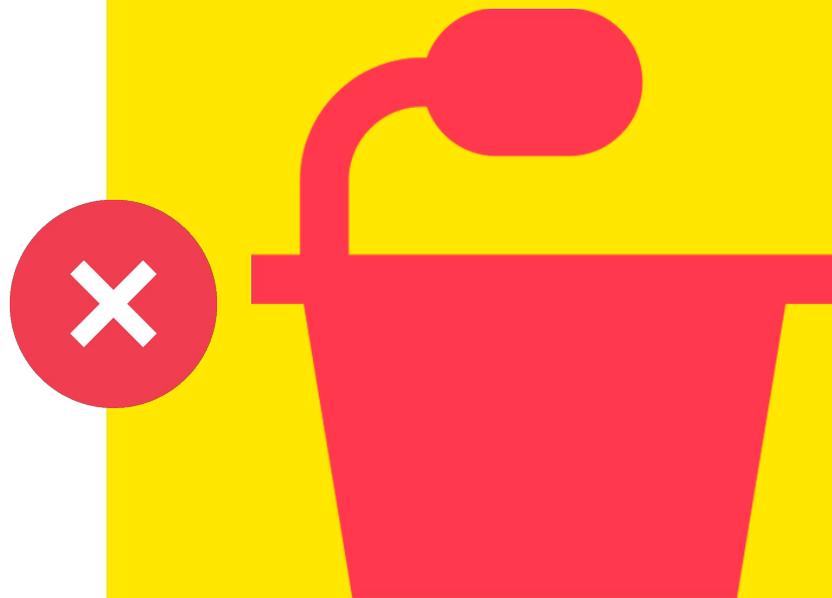


## CONTENIDO **POLÍTICO**

No está permitido emitir contenidos políticos, mostrar opiniones en contra o a favor de leyes, partidos políticos o candidatos.

### **Qué hacer:**

Centrarse sólo en el producto, mostrar sus diferenciales y responder a las principales preguntas del cliente sobre el mismo. Recuerda que la idea es que el cliente conozca mejor el producto y nada más.



## VIDEO DUPLICADO

Esta permitido reutilizar videos ya publicados en otras publicaciones, siempre que esten asociados al mismo producto o articulo equivalente. Esto garantiza que la presentacion sea coherente y facilita el uso de contenidos previamente aprobados.

Es importante asegurarse de que los videos publicados esten actualizados y representen correctamente el producto, evitando repeticiones excesivas en un mismo espacio.

La eliminacion de la regla de duplicidad es **retroactiva**; es decir, los videos que fueron moderados anteriormente por duplicidad, pero que estan vinculados a un item ya aprobado, seran validados.

En caso de dudas, puede consultar las [preguntas frecuentes](#)

Video	Produto	Status	Visualizações	17	Reações	17	Interações	17	Seguidores	17
	Nespresso Aeroccino 3 110v - Espumador Leite...	PUBLICADO	Telas	0	0%	0	Para gerar estatísticas, vá para uma página			
	Aeroccino 110v Vermelho Espumador De Leite...	EM REVISÃO	Telas	-	-	-	Em até 2 dias úteis você saberá se o seu vídeo cumpre com os requisitos.			
	Fone Apple AirPods Max - Caixa especial	PUBLICADO	Telas	322	23%	35	Para gerar estatísticas, vá para uma página			
	Nova Camisa Brevard Original Torcedor Oficial...	PUBLICADO	Telas	394	123%	35	Para gerar estatísticas, vá para uma página			
	Aeroccino 3 110v Vermelho Espumador De Leite...	PUBLICADO	Telas	275	50,2%	35	Para gerar estatísticas, vá para uma página			

**Nespresso Aeroccino 3 110v - Espumador Leite...**  
#21190470

**PUBLICADO**  
Há 23 horas

**Aeroccino 110v Vermelho Espumador De Leite...**  
#40228726

**EM REVISÃO**  
Em até 2 dias úteis você saberá se o seu vídeo cumpre com os requisitos.

**Aeroccino 3 110v Vermelho Espumador De Leite...**  
#2164562071

**PUBLICADO**  
17 de outubro

# ELEVANDO EL NIVEL DE TU CONTENIDO

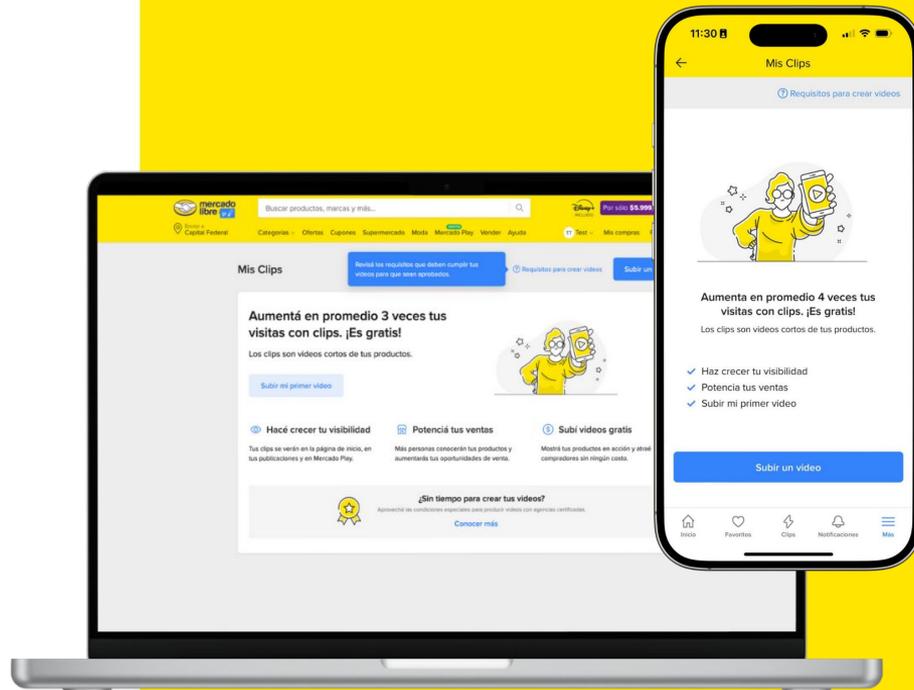
La Escuela de Clips es una plataforma de enseñanza completamente gratuita que creamos para ti, con consejos sobre todo lo relacionado con la producción de contenido, ideal tanto para quienes recién comienzan como para quienes buscan inspiración.  
**¡Haz clic en la bandera para acceder!**



# PUBLICA TU VIDEO

¿Ya tienes el video listo y solo necesitas publicarlo? Entonces solo ve a **Clips** ingresando con tu cuenta principal de Mercado Libre.

**¡Haz clic aquí y te llevaremos directo allí!**





**¡GRACIAS!**

**Y MUCHO ÉXITO CON TUS CLIPS**